



Fairer Handel und Kalter Krieg

Selbstwahrnehmung und Positionierung der
Fair-Trade-Bewegung in der Schweiz 1973 - 1990

Konrad J. Kuhn



 Edition
Soziothek



Sozialwissenschaftlicher
Fachverlag

www.soziothek.ch

Die Edition Soziothek ist eine gemeinsame Nonprofit-Unternehmung des Vereins Soziothek und der Band-Genossenschaft Bern. Der Verein ist verantwortlich für alle verlegerischen Aktivitäten. Die Produktion und der Vertrieb der Publikationen erfolgen durch die Abteilung IV-Abklärungen der Band-Genossenschaft.

Verlag :
Edition Soziothek
Schulhausgasse 6a
CH - 3113 Rubigen

Tel. +41 (0)31 351 76 82

verlag@soziothek.ch

Bestellungen:
Edition Soziothek
Postfach 265
CH - 3027 Bern

Tel. +41 (0)31 994 26 94

Fax +41 (0)31 994 26 95

mail@soziothek.ch

Konrad J. Kuhn

Fairer Handel und Kalter Krieg

Selbstwahrnehmung und Positionierung der
Fair-Trade-Bewegung in der Schweiz 1973 - 1990

Februar 2005 (1. Auflage)

ISBN 10: 3-03796-085-X

ISBN 13: 978-3-03796-085-1

Jede Art der Vervielfältigung ohne
Genehmigung des Verlags ist unzulässig.

© Edition Soziothek, Bern 2005

Fairer Handel und Kalter Krieg

Selbstwahrnehmung und Positionierung der Fair-Trade-Bewegung in der Schweiz 1973 – 1990

Konrad J. Kuhn

DANK

Ich möchte an dieser Stelle allen danken, die zum Entstehen und Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben. In erster Linie sind dies meine Eltern, Dieter und Fabienne Kuhn-Badet, die mich immer unterstützt haben und mir mit Kritik und Anregung zur Seite standen. Speziell danken möchte ich meiner Mutter für die kritische Durchsicht grosser Teile des Manuskriptes, meine Arbeit behandelt auch Abschnitte ihrer persönlichen Biographie. Für die fachliche Betreuung sei hier PD Dr. Béatrice Ziegler-Witschi herzlich gedankt. Meinen Freunden bin ich dankbar für die anregenden Gespräche, die kritischen Hinweise und für das Korrekturlesen von Textteilen.

Stella Schenkel danke ich für die Unterstützung und die stets guten Ratschläge, ihr widme ich auch diese Arbeit.

Zusätzlich danke ich dem Team und dem Komitee der Erklärung von Bern für das mir entgegengebrachte Vertrauen, indem es mir die Möglichkeit einer Anstellung als Archiv-Verantwortlichen für die Aufgaben der Ordnung und Verzeichnung ihrer Quellenbestände bot, sowie den Verantwortlichen bei der claro fair trade AG, vormals OS3, für ihre Offenheit und die freundlichen Hilfestellungen. Speziell danken möchte ich auch allen Mitarbeitern des Schweizerischen Sozialarchivs, hier allen voran dem Archivar Dr. Urs Kälin.

Die vorliegende Arbeit wurde an der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich im Wintersemester 2004/2005 auf Antrag von PD Dr. Béatrice Ziegler-Witschi als Lizentiatsarbeit angenommen.

INHALTSVERZEICHNIS

Teil A: Einleitung	6
<i>Theoretische Überlegungen und Eingrenzungen</i>	7
<i>Fragestellung und Methode</i>	11
<i>Quellenlage</i>	12
<i>Forschungsstand und Literatur</i>	13
<i>Aufbau</i>	19
<i>Begrifflichkeit</i>	20
 Teil B: Kaffee	 22
1. Die Kaffeeaktion „Ujamaa“ 1973-1976	23
1.1. Die Aktion und ihre Akteure	25
1.1.1. Die Vorläuferaktion 1973	25
1.1.2. Die Kaffeeaktion Ujamaa 1975	26
1.1.3. Wiederholung der Kaffeeaktion 1976	28
1.2. Broschüren und Kundeninformationen zur Kaffeeaktion Ujamaa	28
1.3. Reaktionen, Kontroversen und Rezeption	31
1.3.1. „Kaffeeeklatsch“ im Prättigau	31
1.3.2. Flugblätter und das Ost-Institut	37
1.4. Der Kaffee Ujamaa bei OS3	40
1.4.1. Weiterführung im Sortiment von OS3	40
1.4.2. Vergleich mit dem Simba-/Kilimanjaro-Tee	44
 2. Der Nicaragua-Kaffee 1980 - 1990	 48
2.1. „Den neuen Aufbau stärken!“ – Kaffee aus Nicaragua	49
2.2. „Solidaritätskaffee“ – Kundeninformationen und Broschüren	51
2.2.1. Kaffee als „Solidaritätsprodukt“ – Verschärfung und Schulterschluss	55
2.2.2. „10 Jahre Nicaragua libre – 10 Jahre Solidarität“ – die Bewegung zieht Bilanz	59

Teil C: Bananen	62
3. Von den Bananenfrauen zu den Bananenaktionen	63
3.1. Die Bananenaktion von Frauenfeld 1973	63
3.2. Bananenaktion - eine „linke“ Aktion? Deutungskämpfe und Selbstpositionierungen	66
3.2.1. „Sind wir Linke?“	67
3.2.2. „Bananen mit marxistischer Schlagseite?“ – Leserbriefe und Antworten	68
3.2.3. „Bürgerlich und harmlos“	72
3.3. Weiterführungen der Bananenaktion am Beispiel von Zürich 1974	73
4. Bananen aus Nicaragua 1985 – 1990	76
4.1. Die Nica-Banane kommt!	76
4.2. „Nicas statt Chiquitas“ – die Aktion 1986	77
4.3. Solidarität mit Nicaragua oder Gerechter Handel	79
Teil D: Jute	82
5. Die Aktion „Jute statt Plastic“ 1975 – 1979	83
5.1. Die Aktion	83
5.1.1. „Eine neue entwicklungspolitische Aktion“ – Vorbereitung und Organisation	83
5.1.2. 1977: Die Aktion läuft an	85
5.1.3. Weiterführung der Aktion und erste Resultate	86
5.1.4. Anfragen aus dem kommerziellen Handel	88
5.2. Verkäuferdossier und Kundeninformationen zur Jute-Aktion	89
5.3. Reaktionen und Kontroversen	92
5.3.1. „Weder Jute noch Plastic“ – Angriffe von eigener Seite	93
5.3.2. Das Beschwerdeverfahren Böhi oder Farner-Connections	96
5.3.3. Wirbel um die Verteilung des Überschusses	98
5.3.4. Disziplinierungsversuch gegen Innen – Interpretation der Kontroversen	102
6. Jute bei OS3 1979 – 1990	104
6.1. Jutesäcke im Versandkatalog? – Versuche im breiteren Handel	106

6.2. Polemiken gegen das Jute-Importförderungs-Projekt	107
6.3. „Gute Ideen werden mit der Zeit nicht schlechter“ – die Herbstaktion 1983	109
6.4. Rückgang und Ausverkauf 1986 – 1990	111
Teil E: Schlusswort	112
<i>Zusammenfassung der Resultate</i>	112
<i>Schlussfolgerungen und Interpretation</i>	115
<i>Ausblick</i>	116
Teil F: Bibliographie	118
<i>Quellenverzeichnis</i>	118
Ungedruckte Quellen	118
Gedruckte Quellen und Arbeiten mit Quellencharakter	119
<i>Darstellungen</i>	124
Handbücher und Lexika	128

TEIL A: EINLEITUNG

Kaffee aus Tansania oder Nicaragua, Jute aus Bangladesh, Bananen aus Mittelamerika in der Schweiz. An sich nichts Spezielles, sind wir uns doch gewöhnt, Produkte aus fernen Ländern in den Verkaufsregalen zu haben. Was verbindet diese Produkte, warum untersuche ich sie? Kaffee, Jute und Bananen sind die Pionierprodukte des Fairen Handels in der Schweiz. Fair gehandelte Produkte sind heutzutage ein alltäglicher Anblick im Supermarkt, seit der Lancierung des Labels *Max Havelaar* im Jahre 2001 erreichen die Grossverteiler einen steigenden Anteil ihres Umsatzes mit diesen Produkten. Woher stammt diese Idee? Was steckt dahinter? In den Jahren ab 1970 machte sich in der Schweiz eine zunehmend kritische, meist studentische heterogene Bewegung daran, die bestehende Entwicklungshilfe der Schweiz zu hinterfragen. An der Interkonfessionellen Konferenz Schweiz – Dritte Welt in Bern 1970 trat sie das erste Mal öffentlich ins Rampenlicht.¹ Diese neue Bewegung forderte eine Umkehr der Entwicklungshilfe zu einer Entwicklungspolitik und eine kritische Auseinandersetzung mit der Rolle und der Verantwortung der Schweiz in der Welt. Stark beeinflusst waren die Akteure durch die Dependenztheorien.² In den folgenden Jahren bildete sich eine Vielzahl von entwicklungspolitischen Gruppen und Länderkomitees, und auch die bestehenden grossen Schweizer Hilfswerke *Fastenopfer*, *Brot für Brüder*, *Helvetas* und *Swissaid* begannen, zunehmend kritisch Stellung zu beziehen und sich in die schweizerische Politik einzumischen. Die Thematik des Welthandels und die sich verschlechternden Austauschverhältnisse zuungunsten der Entwicklungsländer erforderten ihrer Meinung nach eine Umkehr in der Handelspolitik. Genau hier setzten die Aktionen des Fairen Handels ein, sie machten mittels Strassen- und Konsumentenaktionen über den Verkauf eines Produktes auf die weltwirtschaftlichen Zusammenhänge aufmerksam und verlangten, diese zu ändern. Als federführende Akteurin betätigte sich die entwicklungspolitische Organisation *Erklärung von Bern (EvB)*, die im Jahre 1968 von Theologen als Manifest gegründet worden war. Hieraus hervorgegangen ist ein Verein, der sich als Organisation mit Entwicklungspolitik, Bildungsarbeit und politischen und sozialen Aktionen für die Verbesserung der Nord-Süd-Beziehungen einsetzt.³ Da sich dieser neue

¹ Vgl. dazu Schweiz – Dritte Welt: Berichte und Dokumente der Interkonfessionellen Konferenz in Bern. (Hg. Hans K. Schmocker und Michael Traber). Zürich und Freiburg 1971.

² Nach dem Scheitern der Modernisierungstheorien ab Mitte der 1960er Jahre erschienen die ersten Dependenz-Studien in Lateinamerika, als Reaktion auf die mageren wirtschaftlichen Fortschritte in den Entwicklungsländern. Im Mittelpunkt dieser Studien stand die „strukturelle Abhängigkeit“ der Entwicklungsländer von den Industrieländern. Die Entwicklung und der Reichtum der Industriestaaten basiere damit auf der Unterentwicklung und der Armut der Dritten Welt. Vgl. dazu: Dependenz-Theorien. In: Lexikon Dritte Welt. (Hg. Dieter Nohlen). Reinbek bei Hamburg 2002. S. 181 – 185.

³ Vgl. zur Erklärung von Bern (EvB) als knappe Übersicht: Erklärung von Bern. In: Lexikon Dritte Welt. (Hg. Dieter Nohlen). Reinbek bei Hamburg 2002. S. 266 – 267.

Ansatz der Konsumentenaktionen als erfolgreich erwies, entstanden bald Läden mit gerecht gehandelten Produkten und die Importgenossenschaft *Organisation Schweiz – Dritte Welt* (OS3). Die Vermittlung von Informationen an den Kunden über die Situation der Produzentenländer stand dabei im Zentrum. Später kamen auch marktwirtschaftliche Aspekte hinzu, um so den Produzenten in der Dritten Welt faire Preise und langfristige Abnahmeverträge bieten zu können. Insofern hat die Fair-Trade-Bewegung immer die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zustände in der Schweiz kritisiert und zugunsten des Südens zu verbessern versucht. Mit dieser Lizentiatsarbeit soll ein Beitrag zur Erforschung der Geschichte des Fairen Handels in der Schweiz geleistet werden.

Theoretische Überlegungen und Eingrenzungen

Ich möchte hier zur Orientierung und zur Offenlegung meiner Position auf einige Vorüberlegungen zu meiner Arbeit zu sprechen kommen. Ich verbinde, semantisch schon im Titel, den Kalten Krieg und den Fairen Handel. Dabei verstehe ich die Bewegung des Fairen Handels als eine Teilbewegung der Dritte-Welt-Bewegung, welche teilweise auch Solidaritätsbewegung genannt wird. Insgesamt ist die Dritte-Welt-Bewegung als Neue Soziale Bewegung zu verstehen. Der Politologe Wolf Lindner untersucht in seinem Artikel „Vom Einfluss neuer Bewegungen auf die institutionelle Politik“ die politische Wirkung von neuen sozialen Bewegungen.⁴ Dabei kommt er zum Schluss, dass deren Wirkung indirekt Einfluss auf die Politik ausübt, indem die Bewegungen neue Themen auf die politische Agenda setzen. Dazu schreibt er: „Kennzeichen neuer Bewegungen ist aber gerade, dass sie über die Problemdefinitionen der institutionellen Politik hinausgehen, neue Themen überhaupt als „politisch“ begreifen, ...“.⁵

Den Kalten Krieg verstehe ich nicht in als einen zeitlichen Rahmen, sondern als Metapher für die ideologische Auseinandersetzung, die ab 1947 begann und 1989 mit dem Fall der Mauer in Berlin oder 1991 mit der Auflösung der Sowjetunion endete. Dabei kann von einer inneren Periodisierung gesprochen werden mit einem effektiven Kalten Krieg bis Ende der 1950er Jahre, mit darauf folgenden Reformansätzen, die 1962 jäh durch die Kubakrise beendet wurden, welche wiederum durch eine Phase der Entspannung abgelöst wurde, auf die in den 1980er Jahren der so genannten Neuen Kalten Krieg folgte. Ich sehe den Kalten Krieg auch nicht als primär militärische Auseinandersetzung zwischen den beiden Blöcken.⁶ Vielmehr

⁴ Lindner, Wolf. Vom Einfluss neuer Bewegungen auf die institutionelle Politik. In: Dahinden, Martin (Hg.). Neue soziale Bewegungen – und ihre gesellschaftlichen Wirkungen. Zürich 1987. S. 7 – 24.

⁵ Lindner, Wolf. Einfluss neuer Bewegungen, S. 12.

⁶ Vgl. zur Diskussion der verschiedenen Ansätze in der Erforschung des Kalten Krieges die Einleitung von Neval, Daniel. „Mit Atombomben bis nach Moskau“: Gegenseitige Wahrnehmung der Schweiz und des

geht es mir darum, den Kalten Krieg als ein Modell zu fassen, das innenpolitisch in den jeweiligen Blöcken wirkte. Hierzu stütze ich mich stark auf die Arbeit von Mary Kaldor, die in ihrem Buch „Der imaginäre Krieg“ davon ausgeht, dass die Konstellation des Ost-West-Konflikts zur innenpolitischen Disziplinierung diene.⁷ Ausgehend von der Frage nach der Deutung der militärischen, wirtschaftlichen und ideologischen Zeichen des einen Blockes durch den anderen Block, interessiert sie die Interpretation und Verwendung dieser Zeichen gegen Innen zur Machtsicherung und Legitimation. Zum besseren Verständnis möchte ich ein zentrales Denkmuster von Mary Kaldor zitieren:

„Angenommen, die beiden Gesellschaftssysteme der Nachkriegszeit haben einander ergänzt, und keine der beiden Seiten hat je vorgehabt, die andere zu erobern. Dann erweist sich die Abschreckung nicht als kriegsverhindernd, sondern als eine Möglichkeit, die Idee des Krieges und die Idee des Konflikts wachzuhalten, und dies entweder, um die Zunahme der Streitkräfte zu legitimieren, oder aus innenpolitischen oder blockinternen Gründen. ... Ich will nicht behaupten, dass die militärischen Planer selbst an einen Ost-West-Konflikt nicht geglaubt haben, oder dass sie gar keine Bedrohung wahrgenommen haben, auf die sie reagierten. Ich möchte vielmehr behaupten, dass diese Wahrnehmungen besonders in den fünfziger und sechziger Jahren, als auf beiden Seiten wirkliche Ignoranz bezüglich der jeweils anderen herrschte und ein Katalog von Glaubenssätzen institutionalisiert wurde, durch innenpolitische und blockinterne Faktoren geprägt worden sind. Der imaginäre Krieg lässt sich, um es anders zu formulieren, als ein blosser Katalog konkurrierender Wahrnehmungen in einem fest gefügten Begriffsrahmen behandeln. Der Glaube an einen epischen Kampf wie den zwischen Freiheit und Totalitarismus färbt zwangsläufig darauf ab, wie wir Verhaltensweisen interpretieren.“⁸

Damit gelangt Mary Kaldor zur, wie mir scheint, äusserst fruchtbaren These, den Kalten Krieg primär als gegen Innen gerichtet, zur Disziplinierung des jeweiligen Blockes zu deuten. Innerhalb eines Blockes wirkte der Kalte Krieg in den dazugehörenden Staaten in der jeweils selben Weise und ermöglichte so die Existenz des herrschenden Systems, sei es nun in Ost oder West.

Für die schweizerische Innenpolitik hat Mario König eine sehr stichhaltige Periodisierung entwickelt, auf die ich mich hier ebenfalls stützen möchte.⁹ In seinem Aufsatz beschreibt er die Zeit von 1964 bis 1974 als Phase der überstürzten Reformen und grossen Planungen, die international durch die friedliche Koexistenz der Blöcke begleitet war, die Jahre 1975 bis 1989 allerdings als erneut verschärften Kalten Krieg gepaart mit wirtschaftlicher Wechselhaftigkeit. Er umreisst die uns hier interessierende Zeitspanne und den Wechsel folgendermassen:

Ostblocks im Kalten Krieg 1945 – 1968. (Die Schweiz und der Osten Europas, Band 8, Hg. Carsten Goehrke). Zürich 2003. S. 18 – 23.

⁷ Kaldor, Mary. Der imaginäre Krieg. Eine Geschichte des Ost-West-Konflikts. Hamburg und Berlin 1992.

⁸ Kaldor, Mary. Der imaginäre Krieg, S. 202-203.

⁹ König, Mario. Rasanter Stillstand und zähe Bewegung: Schweizerische Innenpolitik im Kalten Krieg – und darüber hinaus. In: „Goldene Jahre“: Zur Geschichte der Schweiz seit 1945. (Hg. Walter Leimgruber und Werner Fischer). Zürich 1999. S. 151 – 172.

„Was sich an Öffnung und Bewegung abzeichnete, erhielt eine kräftige und unerwartete Beschleunigung durch die jugendlichen Proteste, deren Bilder sich mit dem Jahre 1968 verbinden. Dieser Jugend ging alles viel zu langsam, und in der Tat waren die Widerstände einer autoritären Industriegesellschaft, die der Kalte Krieg zusätzlich gehärtet hatte, ganz erheblich. ... Die Reaktion der politischen Eliten auf diese Entwicklungen schwankte. Gesprächsbereitschaft und Beschleunigung der erstrebten Reformen standen neben der verbreiteten Tendenz, den Aufbruch als kommunistische Subversion zu deuten. ... Die bewegten und unruhigen Jahre, für die ‚1968‘ eine Chiffre ist, gingen 1973 recht abrupt zu Ende. ... Stets war die schweizerische Innenpolitik dabei ein Stück weit synchron gelaufen mit internationalen Entwicklungen. Dies galt auch jetzt, als die erste Erdölkrise eine weltweite Stockung auslöste, während nahezu zeitgleich ab 1975 der Kalte Krieg einer neuen Periode frostigster Konfrontation und megalomaner Rüstungsprojekte zustrebte.“¹⁰

Dabei zeigt sich, dass die Schweiz von der Innenpolitik, wie auch von der Aussenpolitik her, die, wie uns Peter Hug zeigt, primär Aussenwirtschaft bedeutete, in den Block des Westens gehörte.¹¹ Indem die Schweiz einerseits über die bewaffnete Neutralität verfügte, andererseits aber über eine klare Westintegration der Wirtschaft, geriet sie in einen Argumentationsnotstand, der innenpolitisch als Sonderfall präsentiert wurde.¹² Diese Sonderfall-These war aber immer sehr brüchig, weshalb mittels eines extremen Antikommunismus und eines enormen diskursiven Aufwandes versucht wurde, diesen Bruch zu verstecken. Vor dieser mentalen Wahrnehmungsdisposition sind auch alle Handlungsspielräume von kritischen Gruppen und Bewegungen in der Schweiz zu sehen.

Zum theoretischen Konzept des Fairen Handels: Aus der Nacharbeit zur erwähnten Interkonfessionellen Konferenz Schweiz – Dritte Welt 1970 verfasste Rudolf H. Strahm als Antwort auf die Forderung nach einer Importförderungsstelle für Waren aus der Dritten Welt 1975 seine Studie „Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma? Probleme und Möglichkeiten einer aktiven Importförderung aus Entwicklungsländern“.¹³ Als Ausgangspunkt stellt der Autor eine Krise innerhalb der ökonomischen Theorie fest, da die „Resultate des ersten Entwicklungsjahrzehnts ...[uns] lehren, dass Entwicklung nicht mit Wachstum gleichgesetzt werden kann.“¹⁴ Damit seien auch die Theorien des internationalen Handels gescheitert, da sie zu einem verschärften Gegensatz zwischen entwickelten und unterentwickelten Ländern geführt haben. In einem ersten Kapitel stellt der Autor ausführlich

¹⁰ König, Stillstand und Bewegung, S. 164-167. Die Periodisierung findet sich auf S. 155.

¹¹ Hug, Peter. Vom Neutralismus zur Westintegration: Zur schweizerischen Aussenpolitik in der Nachkriegszeit. In: Leimgruber, Walter, Fischer, Werner (Hg.). „Goldene Jahre“: Zur Geschichte der Schweiz seit 1945. Zürich 1999. S. 59 – 100.

¹² Vgl. dazu die breit angelegten Darstellungen zu diesem Konstrukt im Band: Sonderfall? Die Schweiz zwischen Réduit und Europa. Hg. Walter Leimgruber und Gabriela Christen (Begleitband zur Ausstellung im Schweizerischen Landesmuseum Zürich vom 19. August bis 15. November 1992). Zürich 1992.

¹³ Strahm, Rudolf H.. Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma? Probleme und Möglichkeiten einer aktiven Importförderung aus Entwicklungsländern. (Studien und Berichte aus dem Institut für Sozialethik des SEK, Band 15/16). Bern und Lausanne 1975.

¹⁴ Strahm, Rudolf H.. Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma? S. VII.

dar, dass eine Abkehr von der Devise des Handels um jeden Preis und der Gleichsetzung von Entwicklung und Wachstum stattfinden muss, und kommt zum Schluss:

„Handelsförderung ist notwendig und problematisch zugleich. Sie bewegt sich auf einem schmalen Grat des Optimums, der nie endgültig und definitiv festzulegen ist. Zuviel Exportwirtschaft für die Entwicklungsländer ist ebenso schädlich – oder gar schlimmer – wie keine Exportmöglichkeit. Deshalb lautet die Devise: selektive Handelsförderung.“¹⁵

Diese definiert der Autor als Konzentration auf Produkte, die möglichst arbeitsintensiv herzustellen sind, auf eigenen Rohstoffen abstützen, den einheimischen Markt nicht konkurrenzieren oder ihm Güter des Basisbedarfs entziehen und vorwiegend in Kleinindustrie hergestellt werden. Dabei gelte es, sich primär auf die am wenigsten entwickelten Länder zu konzentrieren. Nach einer Kritik der Handelsförderung des Bundes, die fast ausschliesslich „Handelsliberalisierung“ meine, wird eine Bedürfnisanalyse für eine Importförderungsstelle angestellt, die klar ergibt, dass eine solche nötig sei. Der Autor plädiert dabei klar für eine vom Bund getragene und nach entwicklungspolitischen Kriterien ausgerichtete Stelle. Allerdings werden auch die Möglichkeiten einer „gemeinsamen Importförderungsstelle der privaten Entwicklungshilfeorganisationen“¹⁶ erläutert. Die Aufgaben einer solchen Stelle lägen schwergewichtig im Bereich der Information und Vermittlung für Akteure aus den Entwicklungsländern, dabei sei aber zu beachten, dass „die Importförderung nicht in den Dienst einer schweizerischen Exportförderungspolitik gestellt wird.“¹⁷ Abschliessend schreibt der Autor:

„Die Zeit, in der vom entwicklungspolitischen Standpunkt aus eine blinde und unbegrenzte Handelsförderung der Entwicklungsländer betrieben wird, die Zeit des undifferenzierten Rufs nach ‚trade not aid‘ ist vorbei. Sie wird nie mehr zurückkehren!“¹⁸

Ingesamt stellt die Studie von Rudolf H. Strahm den eigentlichen theoretischen Grundstein für die Entwicklung eines Unternehmens dar, das nach Kriterien des Fairen Handels aufgebaut ist. Dass ein Unternehmen, faktisch war es die 1979 gegründete Importgenossenschaft *Schweiz – Dritte Welt (OS3)*, dabei teilweise aus einer ökonomischen Theorie entsteht, beziehungsweise aus der Kritik an einem bestehenden Missstand zuungunsten der Entwicklungsländer, ist bemerkenswert, richtet sich doch dieses Unternehmen nicht nach dem Markt aus, sondern nach den Bedürfnissen der Bewohner der benachteiligten Dritten Welt.

¹⁵ Strahm, Rudolf H.. Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma? S. 42.

¹⁶ Strahm, Rudolf H.. Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma? S. 82.

¹⁷ Strahm, Rudolf H.. Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma? S. 79.

¹⁸ Strahm, Rudolf H.. Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma? S. 84.

Fragestellung und Methode

Die oben angesprochenen Spielräume sollen in meiner Arbeit untersucht werden. Dabei interessiert in einem ersten Fragenkomplex, wie die Fair-Trade-Bewegung mit der innenpolitisch vorhandenen Situation des Sonderfalls umging. Welche Ziele versuchte die neue Bewegung zu artikulieren? Welche Kanäle nutzte sie dabei? Welche Informationen wurden verbreitet? Wie wurde mit der Öffentlichkeit umgegangen? Ein zweiter Fragenkomplex befasst sich mit den Angriffen. Lassen sich diese als Versuche einer Disziplinierung im Sinne von Kaldor deuten? Wer waren die handelnden Akteure? Welche Mittel wurden dazu benutzt? Wie reagierte die heterogene Bewegung auf die Angriffe? Wurde präventiv auf die Angriffe reagiert? Die Positionierung der Akteure wird in einem dritten Fragenkomplex untersucht. Wie stellten sich die Handelnden zu den Ländern des Südens? Welche Länder wurden als Produzentenländer ausgesucht? Wie wurde über die politischen Zustände in den Ländern informiert? Wurden Themen verschwiegen? Fand eine kritische Auseinandersetzung mit den Zielen der neuen Regierungen statt? Wie agierte die Bewegung innerhalb der Schweiz? Mit welchen Organisationen wurde zusammengearbeitet? Wurde hier kritisch reflektiert? Fanden Schulterschlüsse auf Druck von aussen statt?

Mittels der Untersuchung dieser Fragen möchte ich ein Bild einer Bewegung zeichnen, die als Neue Soziale Bewegung eine neue Thematik in die schweizerische Politik einbrachte. Dabei soll einerseits dargestellt werden, wie die Folie des Kalten Krieges als lähmendes und mühsames Instrument der herrschenden Eliten zur Verhinderung von Veränderungen zugunsten des Südens funktionierte. Dass andererseits aber auch die Aktivisten nicht immer ganz frei von diesem Wahrnehmungsraster argumentieren und denken konnten, beweist die Wirkungsmächtigkeit des Kalten Krieges gerade in der neutralen Schweiz.

Methodisch gehe ich sehr eng an die Quellen gebunden vor. Ich untersuche in klassischer heuristischer Quellenanalyse die Materialien auf die in den Texten vorhandenen Darstellungen und Positionierungen, die ich interpretiere. Dabei gehe ich von einer starken Kraft eines Diskurses aus, ohne direkt diskursanalytisch zu arbeiten. Diskurs bedeutet für mich das Netz zwischen Texten, Worten und Denkräumen, die sich in einer bestimmten Zeit präsentieren, und die auch einschränkend sein können. Gerade diese Einschränkung zeigt sich im Kalten Krieg sehr deutlich. Ich werde auch die Verwendung und die Bedeutung von Begriffen untersuchen. Die um Neusetzungen von Begriffen entstehenden diskursiven Streite zeigen die Mächtigkeit eines herrschenden Diskurses und deuten auf das den Begriffen inhärente Konfliktpotential, weil mit den Neusetzungen neue Diskurs- und damit Denkräume geschaffen werden.

Quellenlage

Die Quellenlage präsentiert sich ideal, die beiden Archive der hier untersuchten Organisationen *EvB* und *OS3* liegen geordnet und verzeichnet im Schweizerischen Sozialarchiv und sind zu grossen Teilen frei zugänglich. Sie umfassen umfangreiche Quellenbestände von mehreren Laufmetern, die auf vorzügliche Weise Innensichten und Selbstdarstellungen preisgeben. Beim erhaltenen Material handelt es sich einerseits um Aktionsmaterial, also Material für die Öffentlichkeit wie Kundeninformationen, Publikationen, Pressemitteilungen und Broschüren, die ja für den Fairen Handel mit seinem Anspruch der Erwachsenenbildung und der Hintergrundinformation über die verkauften Produkte zentral sind, aber auch um internes, wie Korrespondenzen, Protokolle, handschriftliche Notizen und Entwürfe. Mit diesen Quellen war es mir möglich, eine wirkliche Innensicht der beiden Organisationen und der von ihnen ausgehenden und zentral geführten Aktionen nachzuzeichnen. Dass die Arbeit mit den originalen Quellen, gerade wenn die Bestände umfangreich sind, sehr zeitraubend ist, versteht sich von selbst.¹⁹ Ich werde innerhalb der Arbeit jeweils zu Beginn eines Teils auf die verwendeten Quellen näher eingehen, so dass ich es hier bei einigen Hinweisen allgemeiner Natur belassen möchte. Was die im Schweizerischen Sozialarchiv vorhandenen Bestände an Kleinschriften angeht, so dürfen diese als ausgesprochen wertvoll betrachtet werden. Überliefert sind Broschüren und Flugschriften, ein für eine Bewegung wie die des Fairen Handels wichtiger Quellentypus, die sonst die Zeit wohl kaum überdauert hätten. Zur besseren Orientierung für den Leser habe ich bei diesen gedruckten Quellen die jeweilige Signatur des Schweizerischen Sozialarchivs angegeben. Es wurden neben den speziellen Kleinschriften allerdings auch Bücher als Quellen verwendet, die sich an die Akteure richteten und deshalb als Aktionsmaterial zu verstehen sind. Die Unterscheidung, welche Bücher als Quelle und welche als wissenschaftliche Literatur betrachtet werden müssen, war nicht immer einfach, als Richtschnur diente mir meist das Erscheinungsjahr. So habe ich Bücher, die innerhalb meines Untersuchungszeitraums 1973 – 1989 erschienen sind, fast durchwegs als Quelle betrachtet, ausser der historisch-deskriptive Charakter war deutlich.²⁰ Speziell zu den Bananenfrauen liegt eine semi-autobiographische Darstellung vor, die ich auch als Quelle verwendet habe, die aber in anderer Absicht geschrieben wurde.²¹ Hier bin ich auf wertvolle Hinweise und Erinnerungen gestossen.

¹⁹ Zu den verwendeten Quellen verweise ich auf die ausführliche Bibliographie in Teil E.

²⁰ So zum Beispiel der Aufsatz von Regula Renschler, der klar historisch ist, obwohl schon 1980 erschienen: Renschler, Regula. Die Entwicklung der Entwicklungshilfe zur Entwicklungspolitik. In: Die Entdeckung der Schweiz (Jubiläumsschrift 25 Jahre Helvetas, Hg. Richard Gerster). Basel 1980. S. 113 – 123.

²¹ Brunner, Ursula. Bananenfrauen. Frauenfeld, Stuttgart, Wien 1999.

Forschungsstand und Literatur

Der Forschungsstand präsentiert sich sehr unterschiedlich, teilweise kann auf sehr gute und überzeugende Vorarbeiten zurückgegriffen werden, teilweise ist nur spärlich Literatur vorhanden und es wäre noch viel zu leisten. Daher soll hier ziemlich ausführlich auf die verwendete und gesichtete Literatur eingegangen werden. Neben Werken zur Schweiz im Kalten Krieg, interessieren uns an dieser Stelle auch spezifische Arbeiten über die schweizerische Dritte-Welt-Bewegung. Daneben wird auch Literatur über die entsprechende Bewegung in der Bundesrepublik Deutschland berücksichtigt, sowie allgemein Arbeiten, die sich mit Neuen Sozialen Bewegungen befassen. Hier nicht besprochen, gleichwohl aber stark verwendet, ist die Literatur zu den jeweiligen Produzentenländern und ihren politischen Ideen, sei dies zu Tansania, Bangladesh, Nicaragua oder allgemein Mittelamerika. Diese Werke sind nur in den Anmerkungen diskutiert und aufgeführt, obschon sie eine thematische Einordnung und Orientierung erst möglich gemacht haben.²²

Zu Neuen Sozialen Bewegungen findet sich zahlreiche Literatur, ich werde hier nur die für meine Arbeit relevanten Arbeiten diskutieren. Allgemein lässt sich sagen, dass das Verständnis der Dritte-Welt-Bewegung als Neue Soziale Bewegung nur bei wenigen Autoren erscheint. Meist wird die Bewegung als vernachlässigtes Anhängsel der Ökologiebewegung bezeichnet²³ oder gar nicht erwähnt²⁴. Für die Situation der Neuen Sozialen Bewegungen in der Schweiz sind die Arbeiten von Hans-Peter Kriesi unverzichtbar. Er untersucht einerseits das Auftreten von Neuen Sozialen Bewegungen, zu welchen auch die Dritte-Welt-Bewegung zählt, als Protest-Zyklus.²⁵ In einem früheren Sammelband geht er andererseits der These von der Austauschbarkeit der Akteure nach, die besagt, dass die Akteure in verschiedenen Bewegungen gleichzeitig oder nacheinander mitgewirkt haben.²⁶ Auch der Soziologe René Levy liefert in seinen Arbeiten den Nachweis, dass die Dritte-Welt-Bewegung in der Schweiz

²² Vgl. die verwendeten Lexikonartikel und Aufsätze aus Handbüchern am Schluss der Bibliographie.

²³ So bei Brand, Karl-Werner, Büsser, Detlef, Rucht, Dieter. *Aufbruch in eine andere Gesellschaft: Neue soziale Bewegungen in der Bundesrepublik*. Frankfurt a. M. und New York 1984. Ebenso bei: Rucht, Dieter. *Modernisierung und neue soziale Bewegungen: Deutschland, Frankreich und USA im Vergleich*. Frankfurt und New York 1994.

²⁴ So im Standardwerk zu den Sozialen Bewegungen: Raschke, Joachim. *Soziale Bewegungen: Ein historisch-systematischer Grundriss*. 2. Aufl. Frankfurt a. M. und New York 1988.

²⁵ Kriesi, Hanspeter. *Neue soziale Bewegungen – der Protest einer Generation?* In: Dahinden, Martin (Hg.). *Neue soziale Bewegungen – und ihre gesellschaftlichen Wirkungen*. Zürich 1987. S. 25 – 42.

²⁶ Kriesi, Hanspeter (Hg.). *Bewegung in der Schweizer Politik: Fallstudien zur politischen Mobilisierung in der Schweiz*. Frankfurt 1985. Darin wird auch die EvB von Martin Wicki untersucht, S. 220 – 237.

als Neue Soziale Bewegung zu bewerten ist, zudem liefert er zahlreiche Antworten auf Fragen nach der Mobilisierung der Akteure.²⁷

Zur Geschichte der Dritte-Welt-Bewegung in der Schweiz findet sich sehr wenig, die vorliegende Arbeit soll diese Lücke teilweise schliessen. Als wichtigstes Werk ist die Dissertation von René Holenstein zu nennen.²⁸ Er leistet darin eine Gesamtschau über die schweizerische Solidaritätsbewegung von den Anfängen unter der Dekolonisation über den Algerienkrieg hin zu den privaten Hilfswerken und bis zur Vietnambewegung. Zum Schluss des Bogens ist er bei den Anfängen der entwicklungspolitischen Bewegung um 1970, hier beschreibt er mittels Interviews und Quellenanalyse die Neuausrichtung der jüngeren Generation. Diese Arbeit betrachte ich als die wertvollste Arbeit zu meinem Thema; leider führt es jedoch zeitlich und thematisch nur an die von mir bearbeiteten Themen heran, ohne sie zu bearbeiten. Hier stellt meine Arbeit eine Ergänzung dar. Ein Fallbeispiel der neuentstandenen entwicklungspolitisch kritischen Bewegungen zeigen die beiden Autorinnen Franziska Meister und Barbara Welter, indem sie die studentische *Kommission für Entwicklungsfragen der Universität Zürich* auf die Veränderungen in der Ausrichtung der Information hin untersuchen. Solche jungen Gruppierungen hatten einen grossen Anteil am Wandel der schweizerischen Entwicklungspolitik.²⁹

Die bundesdeutsche Dritte-Welt-Bewegung ist eindeutig besser erforscht als die schweizerische. Hier ist die Dissertation von Claudia Olejniczak zu nennen, die neben einem qualitativ-historischen Teil vor allem quantitativ nach der aktuellen Situation der Dritte-Welt-Bewegung fragt.³⁰ Auch leistet sie als einzige den gelungenen Nachweis der Einordnung der Bewegung als Neue Soziale Bewegung, und zwar auch unter Einbezug der Dritte-Welt-Bewegung in der DDR. Ihr Buch ist damit das wichtigste und umfangreichste Werk zur Dritte-Welt-Bewegung Deutschlands. Auch die beiden Journalisten und Aktivisten Werner Balsen und Karl Rössel präsentieren in ihrem sehr gut lesbaren und mit vielen persönlichen Berichten und Interviews durchsetzten Überblickswerk eine Geschichte der deutschen Dritte-

²⁷ Als beste und kurze Übersicht hat sich erwiesen: Levy, René. Bürger in Bewegung. In: Handbuch der Schweizerischen Volkskultur, Band 2. (Hg. Paul Hugger). Basel und Zürich. S. 925 – 952. Vgl. allerdings auch: Levy, René, Duvanel, Laurent. Politik von unten: Bürgerprotest in der Nachkriegsschweiz. Basel 1984.

²⁸ Holenstein, Réne. Was kümmert uns die Dritte Welt: Zur Geschichte der internationalen Solidarität in der Schweiz. Zürich 1998.

²⁹ Meister, Franziska, Welter, Barbara. „Die Dritte Welt geht uns alle an!“. Der Wandel der schweizerischen Entwicklungspolitik am Beispiel der Kommission für Entwicklungsfragen der Universität Zürich. In: König, Mario, Kreis, Georg, Meister, Franziska, Gaetano, Romano (Hg.). Dynamisierung und Umbau: Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren. (AGGS, Die Schweiz 1798 – 1998: Staat – Gesellschaft – Politik, Bd. 3). Zürich 1998. S. 127 – 141.

³⁰ Olejniczak, Claudia. Die Dritte-Welt-Bewegung in Deutschland. Wiesbaden 1998.

Welt-Bewegung. Diese Monographie, obwohl schon etwas in die Jahre gekommen, darf nach wie vor als Standardwerk gelten, werden doch alle „Stationen der Solidarität“ seit 1945 nachgezeichnet.³¹ Stark soziologisch geprägt ist das Werk von einer Autorengruppen unter Leitung von Franz Nuscheler über die deutschen christlichen Dritte-Welt-Gruppen. Der spannende qualitative Untersuchungsteil ermöglicht auch Rückschlüsse über die Motivation, die Aktionspraxis und die Zusammensetzung der schweizerischen Bewegung.³² Für die Fair-Trade-Bewegung speziell interessant ist zudem das Bändchen von Ludger Weckel und Michael Ramminger, sie nehmen mittels Gruppeninterviews eine Standortbestimmung der Bewegung vor, dabei untersuchen sie auch neun Gruppen, die sich im Fairen Handel engagieren. Die hierzu präsentierten Resultate zeigen die Spannung zwischen Informationsanspruch und Verkaufszahlen, sowie die Grenzen der Freiwilligenarbeit in den Läden, die sich auch bei den Schweizer Aktivisten zeigen.³³ Allgemein lässt sich sagen, dass die deutsche Dritte-Welt-Bewegung stärker im Fokus der Forschung steht, allerdings sind die Werke häufig soziologisch ausgerichtet, historische Arbeiten auf der Basis von Quellen der Bewegung stehen noch aus. Der Faire Handel ist dabei immer, analog zur Situation in der Schweiz, eine Teilbewegung innerhalb der Dritte-Welt-Bewegung.

Über die spezifische Teilbewegung des Fairen Handels in der Schweiz ist nur eine Arbeit geschrieben worden, die bisher unpubliziert geblieben ist. Julia Laemmel bearbeitet in ihrer Lizentiatsarbeit mit der Fragestellung nach den Ursachen und Folgen der Professionalisierung auf die Bewegung das Archivmaterial der *Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)*. Dabei richtet sie den Fokus weniger auf die Konsumentenaktionen, sondern auf die vier Faktoren Produzentenpolitik, Produktpolitik, Informationspolitik und Vermarktungspolitik. Sie geht gleichzeitig von einer Entpolitisierungsthese aus, die ich stark stützen möchte, und beschreibt auch die theoretischen Fundamente des Fairen Handels in der Schweiz. Allerdings setzt ihre Arbeit trotz der teilweise gleichen Quellen einen späteren Schwerpunkt, nämlich ab 1977. Laemmel interessiert sich vorwiegend für die Institutionalisierung und betrachtet die Konsumentenaktionen nur als Vorgeschichte. Zudem untersucht sie die Entwicklung der Produkte stark anhand der Protokolle des OS3-Vorstands und nicht am Informationsmaterial, so liefert sie wenig Antworten über eine Positionierung oder über die Ausrichtung der Information für die Kunden. Dennoch ist diese Arbeit die bis

³¹ Balsen, Werner, Rössel, Karl. Hoch die internationale Solidarität: Zur Geschichte der Dritte-Welt-Bewegung in der Bundesrepublik. Köln 1986.

³² Nuscheler, Franz, Gabriel, Karl, Keller, Sabine, Treber, Monika. Christliche Dritte-Welt-Gruppen: Praxis und Selbstverständnis. (Forum Weltkirche: Entwicklung und Frieden, Bd. 5). Mainz 1995.

³³ Weckel, Ludger, Ramminger, Michael. Dritte-Welt-Gruppen auf der Suche nach Solidarität. Münster 1997.

dato wichtigste Untersuchung zur Geschichte des Fairen Handels in der Schweiz, auch wenn die Aussagekraft für meine Fragestellungen beschränkt bleibt.³⁴

Hier ebenfalls zu nennen ist Literatur zum Teilbereich der frühen Entwicklungshilfe der Schweiz. Dieser ist vergleichsweise gut erforscht, so existieren eine Monographie von Albert Matzinger über die Jahre 1948 bis 1961³⁵, aber auch die zahlreichen studentischen Aufsätze im Sammelband von Peter Hug und Beatrix Mesmer bearbeiten auf der Basis der Quellen des Bundesarchivs spannend und detailliert den Wechsel von einer Entwicklungshilfe zu einer Entwicklungspolitik.³⁶ Darunter ist auch der Aufsatz von Renate Spörri, die die Wirkung der *Erklärung von Bern* auf den Bund untersucht. Dabei gelingt ihr ein Abriss der entwicklungspolitischen Szene in der Schweiz, der sehr hilfreich für meine Arbeit war.³⁷ Einen spannenden, obwohl schon älteren, aber immer noch gültigen Ansatz zeigt Regula Renschler, die in ihrem knappen Artikel die Wichtigkeit von Gruppierungen belegt, die kritisch innenpolitisch tätig waren.³⁸ Auf die frühe Entwicklungshilfe bezieht sich auch der Aufsatz von René Holenstein, der zeigt, wie sich die Entwicklungshilfe zu einem Bereich wandelte, dessen Bedeutung schliesslich sowohl von den Parlamentariern als auch von der Bevölkerung nicht mehr bestritten wurde.³⁹ Im Sammelband zur Ausstellung „Sonderfall? Die Schweiz zwischen Réduit und Europa“ des Schweizerischen Landesmuseums geht Jacques Forster auf die Beziehungen der Schweiz mit der Dritten Welt ein und beschreibt die Sonderstellung, die hier die Schweiz einnahm, als die eines international tätigen Finanz- und Handelsplatzes mit multinationalen Unternehmen, der aber einer der kleinsten Beträge für die

³⁴ Laemmel, Julia. Wandel durch Handel: Voraussetzungen und Entwicklungen des „Alternativen Handels“ in der Schweiz (1973 – 1988). Liz. Phil. I (unpubl.). Zürich 1993.

³⁵ Matzinger, Albert. Die Anfänge der schweizerischen Entwicklungshilfe 1948 – 1961. Bern und Stuttgart 1991.

³⁶ Hug, Peter, Mesmer, Beatrix (Hg.). Von der Entwicklungshilfe zur Entwicklungspolitik. (Studien und Quellen 19, Hg. Schweizerisches Bundesarchiv). Bern 1993.

³⁷ Spörri, Renate. Der Einfluss der Erklärung von Bern auf den Bund: Von den Anfängen in der ökumenischen Bewegung 1968 bis zum Bundesgesetz über Entwicklungszusammenarbeit und humanitäre Hilfe 1976. In: Hug, Peter, Mesmer, Beatrix (Hg.). Von der Entwicklungshilfe zur Entwicklungspolitik. (Studien und Quellen 19, Hg. Schweizerisches Bundesarchiv). Bern 1993. S. 550 – 569. Spannend ist auch der Beitrag von Barbara Graf, die die Gründung des Solifonds untersucht, sie präsentiert ebenfalls einen Abriss über die aktiven kritischen Gruppen: Graf, Barbara. Gewerkschaften und Dritte Welt: Die Gründung des Solifonds, 1978 – 1983. In: Hug, Peter, Mesmer, Beatrix (Hg.). (Studien und Quellen 19, Hg. Schweizerisches Bundesarchiv). Bern 1993. S. 585 – 608.

³⁸ Renschler, Regula. Die Entwicklung der Entwicklungshilfe zur Entwicklungspolitik. In: Die Entdeckung der Schweiz (Jubiläumsschrift 25 Jahre Helvetas, Hg. Richard Gerster). Basel 1980. S. 113 – 123.

³⁹ Holenstein, René. „Es geht auch um die Seele unseres Volkes“: Entwicklungshilfe und nationaler Konsens. In: König, Mario, Kreis, Georg, Meister, Franziska, Gaetano, Romano (Hg.). Dynamisierung und Umbau: Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren. (AGGS, Die Schweiz 1798 – 1998: Staat – Gesellschaft – Politik, Bd. 3). Zürich 1998. S. 115 – 125.

Entwicklungszusammenarbeit aufwendet.⁴⁰ In eine ähnliche Richtung geht das engagierte Buch von Richard Gerster, der überblicksartig alle Felder der Verbindungen der Schweiz und der Dritten Welt berührt.⁴¹

Über die hier im Zentrum stehende Organisation *Erklärung von Bern (EvB)* ist bereits geforscht worden. So liegt eine bisher unpublizierte Lizentiatsarbeit von Olivia Vogt vor. Darin untersucht die Autorin die Gründung und den Ausbau der Organisation. Aktionen des Fairen Handels, wie der Ujamaa-Kaffee, werden zwar angesprochen, stehen aber nicht im Mittelpunkt der Arbeit, die stark nach der internen Umsetzung der Ideen des ursprünglichen Manifestes fragt.⁴² Auch im oben erwähnten Sammelband von Hans-Peter Kriesi wird die *EvB* als Fallbeispiel einer politisch mobilisierten Bewegung einer genaueren Betrachtung unterzogen: der Autor Martin Wicki untersucht die Geschichte und die Zusammensetzung der Organisation und kommt dabei zum Schluss, dass deren Stärke in der guten Informations- und Mobilisierungsarbeit liege.⁴³

Zur Geschichte der Schweiz im Kalten Krieg sind in jüngster Zeit sehr gewichtige Beiträge verfasst worden, hier ist ein Aufbruch in der Forschung spürbar.⁴⁴ Es gilt allerdings zu entscheiden, was für meine Fragestellungen fruchtbar gemacht werden kann. Mich interessieren weniger die militärische Ausrichtung der Verteidigung oder die Frage einer Atombewaffnung der Schweizer Armee, obwohl gerade diese Fragen kürzlich in einem Sammelband bearbeitet wurden.⁴⁵ Vielmehr geht es mir um die innenpolitische Ausrichtung und die vorherrschende Mentalität. Hier hat Katharina Bretscher-Spindler eine Geistesgeschichte des Schweizer Bürgertums verfasst, dabei gelangen ihr teilweise spannende Einsichten in die Mentalität der Bedrohung und in die Weiterführung der Geistigen

⁴⁰ Forster, Jacques. Die Beziehungen zwischen der Schweiz und der Dritten Welt – baldiges Ende eines Widersinns. In: Sonderfall? Die Schweiz zwischen Réduit und Europa. Hg. Walter Leimgruber und Gabriela Christen (Begleitband zur Ausstellung im Schweizerischen Landesmuseum Zürich vom 19. August bis 15. November 1992). Zürich 1992. S. 115 – 125.

⁴¹ Gerster, Richard. Aus Fehlern lernen? Die Schweiz und die Dritte Welt. Zürich 1987.

⁴² Vogt, Olivia. Gründung und Ausbau der entwicklungspolitischen Organisation "Erklärung von Bern" (1968 – 1975): Von der Entwicklungshilfe zu einer kritischen Entwicklungspolitik. Liz. Phil. I (unpubl.). Zürich 1991.

⁴³ Wicki, Martin. Die Erklärung von Bern. In: Kriesi, Hanspeter (Hg.). Bewegung in der Schweizer Politik: Fallstudien zur politischen Mobilisierung in der Schweiz. Frankfurt 1985. S. 220 – 237.

⁴⁴ Vgl. dazu kürzlich mit einer überblicksartigen Einleitung von Georg Kreis: Aus der Ära des Kalten Krieges. Schweizerische Zeitschrift für Geschichte 54, Nr. 2/2004. (Hg. Schweizerische Gesellschaft für Geschichte). Basel 2004.

⁴⁵ La Suisse et la guerre froide. Die Schweiz und der Kalte Krieg: 1950 – 1990. (Hg. Schweizerische Vereinigung für Militärgeschichte und Militärwissenschaft). Bern 2003.

Landesverteidigung hin zum militanten Antikommunismus.⁴⁶ Eine sehr eindrückliche Analyse der gegenseitigen Bedrohungslage und deren Wahrnehmung präsentiert uns Daniel Neval, wobei er nicht detailliert auf die innenpolitischen Vorgänge und Mechanismen eingeht, sondern vielmehr nach der Wahrnehmung der beiden Seiten und der jeweiligen aussenpolitischen Lage fragt.⁴⁷ Auch die früheren, stark quantitativ arbeitenden mediensoziologischen Sammelbände von Kurt Imhof, Heinz Kleger und Gaetano Romano sind hier zu nennen, vereinen sie doch äusserst spannende Artikel über die Weiterwirkung der Geistigen Landesverteidigung und über den Kalten Krieg als mentale Prägung.⁴⁸ Spannend sind ferner der Sammelband über die Schweiz seit 1945, der viele fruchtbare Aufsätze vereint⁴⁹, so auch den bereits erwähnten von Mario König⁵⁰, und der immer noch gültige Abschnitt im gerade unverändert neu aufgelegten Übersichtswerk „Zur Geschichte der Schweiz und der Schweizer“.⁵¹ Auch das neue Bändchen von Claude Altermatt über die schweizerische Aussenpolitik im Kalten Krieg bietet einen guten Überblick und geht zudem knapp auf die schweizerische Entwicklungshilfe ein.⁵² Ebenfalls die schweizerische Aussenpolitik und ihre Verflechtung mit der Aussenwirtschaft untersucht in einem früheren Aufsatz Peter Hug. Dabei streift er auch die Auswirkungen der Entwicklungshilfe und die Ausrichtungen der schweizerischen Exportwirtschaft.⁵³ Alle diese Arbeiten ermöglichen ein Einordnen der Erkenntnisse aus den Quellen in die grösseren gesellschaftlichen und politischen Zusammenhänge. Allgemein bleibt zu sagen, dass mentalitätsgeschichtliche Ansätze über die Schweiz im Kalten Krieg noch weitgehend ausstehend sind, Ansätze also,

⁴⁶ Bretscher-Spindler, Katharina. Vom heissen zum kalten Krieg: Zur Vorgeschichte und Geschichte der Schweiz im Kalten Krieg 1943 – 1968. Zürich 1997.

⁴⁷ Neval, Daniel. „Mit Atombomben bis nach Moskau“: Gegenseitige Wahrnehmung der Schweiz und des Ostblocks im Kalten Krieg 1945 – 1968. (Die Schweiz und der Osten Europas, Band 8, Hg. Carsten Goehrke). Zürich 2003.

⁴⁸ Imhof, Kurt, Kleger, Heinz, Romano, Gaetano (Hg.). Konkordanz und Kalter Krieg: Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Zwischen- und Nachkriegszeit. (Krise und sozialer Wandel, Band 2). Zürich 1996. Und: Imhof, Kurt, Kleger, Heinz, Romano, Gaetano (Hg.). Vom Kalten Krieg zur Kulturrevolution: Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der 50er und 60er Jahre. (Krise und sozialer Wandel, Band 3). Zürich 1998.

⁴⁹ Leimgruber, Walter, Fischer, Werner (Hg.). „Goldene Jahre“: Zur Geschichte der Schweiz seit 1945. Zürich 1999.

⁵⁰ König, Mario. Rasanter Stillstand und zähe Bewegung: Schweizerische Innenpolitik im Kalten Krieg – und darüber hinaus. In: „Goldene Jahre“: Zur Geschichte der Schweiz seit 1945. (Hg. Walter Leimgruber und Werner Fischer). Zürich 1999. S. 151 – 172.

⁵¹ Gilg, Peter, Hablützel, Peter. Beschleunigter Wandel und neue Krisen (seit 1945). In: Geschichte der Schweiz und der Schweizer, Bd. 3. Basel 1983. S. 821 – 968.

⁵² Altermatt, Claude. La politique étrangère de la Suisse pendant la Guerre Froide. Lausanne 2003.

⁵³ Hug, Peter. Vom Neutralismus zur Westintegration: Zur schweizerischen Aussenpolitik in der Nachkriegszeit. In: Leimgruber, Walter, Fischer, Werner (Hg.). „Goldene Jahre“: Zur Geschichte der Schweiz seit 1945. Zürich 1999. S. 59 – 100.

die auch auf die innenpolitischen Faktoren und auf die rigiden Zwänge der Disziplinierung gegenüber kritischen Gruppen, im vorliegenden Fall gegenüber der Dritte-Welt-Bewegung, zu sprechen kommen.

Bei einem zeitgeschichtlichen Thema stellen sich spezielle Fragen hinsichtlich der Literatur, ist doch vieles in der Zeit geschrieben und erfüllt daher wissenschaftliche Kriterien nur am Rande. Teilweise war der Quellencharakter⁵⁴ evident, vielfach musste aber mangels Alternativen auf Literatur zurückgegriffen werden, die auch ideologisch gefärbt war. Ein Beispiel soll hier gegeben werden, um so meinen Umgang damit für den Leser dieser Arbeit transparent zu machen: Zur Einschätzung und Analyse der schweizerischen Organisationen, für die der Ost-West-Gegensatz zentral war und die in dieser Arbeit vorkommen, das *Schweizerische Ost-Institut* und die *PR-Agentur Rudolf Farner*, fehlen die nötigen wissenschaftlichen Arbeiten, daher musste auf das Buch „Unheimliche Patrioten“ der Journalisten Frischknecht, Haffner, Haldimann und Niggli⁵⁵ zurückgegriffen werden. Dass dieses Buch selber stark gefärbt ist, war mir als Autor immer klar, dennoch konnte ich nicht auf die darin vorgenommene Zusammenstellung der Fakten verzichten. Auch Darstellungen zum Fairen Handel, die ich zum Überblick konsultiert habe, sind eher als Literatur für die Aktivisten gedacht und genügen den wissenschaftlichen Ansprüchen nur teilweise.⁵⁶

Aufbau

Die vorliegende Lizentiatsarbeit ist in drei grosse Teile gegliedert, diese sind den drei wichtigsten Produkten des Fairen Handels gewidmet, dem Kaffee, den Bananen und der Jute. Innerhalb dieser Teile werde ich chronologisch vorgehen und die jeweiligen, verschiedenartigen und von unterschiedlichen Akteuren getragenen Aktionen vorstellen sowie auf meine Fragen hin untersuchen. Ich werde dabei die Geschichte der einzelnen Produkte, des Ujamaa-Kaffees, des Nicaragua-Kaffees, der Frauenfelder Bananen, der Nica-Bananen, der Jute-statt-Plastic-Taschen und der Bangladesh-Juteprodukte über den ganzen Zeitraum von 1973 bis 1990 verfolgen. Die drei Produkte Kaffee, Bananen und Jute sind innerhalb der Produkte des Fairen Handels herausragend in mehrfacher Hinsicht, sie stehen für Pionierprodukte des Gerechten Handels in der Schweiz, an und mit ihnen ist diese sehr heterogene Bewegung gewachsen und entstanden. Ein einziges weiteres Produkt hätte allenfalls eine ähnliche Betrachtung verdient, der Honig. Da es aber hier nie zu grösseren

⁵⁴ So zum Beispiel bei: Brunner, Ursula, Pfeifer, Rudi. Zum Beispiel Bananen. Göttingen 1993.

⁵⁵ Frischknecht, Jürg, Haffner, Peter, Haldimann, Ueli, Niggli, Peter. Die unheimlichen Patrioten: Politische Reaktion in der Schweiz. Ein aktuelles Handbuch mit Nachtrag 1979 – 1984. 5. erweiterte Auflage. Zürich 1984.

⁵⁶ Pilz, Brigitte. Zum Beispiel Alternativer Handel. Göttingen 1993; Pilz, Brigitte. Zum Beispiel Fairer Handel. Göttingen 1996.

Aktionen in der Öffentlichkeit gekommen ist und der Honig, vor allem derjenige aus Südamerika eine kürzere, wenn auch wechselvolle und spannende, Geschichte hat, habe ich mich, nicht zuletzt auch aus Platzgründen, beschränkt.

Begrifflichkeit

Zum Schluss noch ein Wort zu den in dieser Arbeit verwendeten Begriffen. Über den Begriff der ‚Dritten Welt‘ ist viel diskutiert worden, er ist vielfach und mit guten Gründen abgelehnt worden, zum Beispiel mit dem Argument, im Begriff selber eine Homogenität der damit bezeichneten Länder vorzutäuschen, die so nie bestanden hat. Allerdings bezeichnet er eine Gruppe von Ländern, für die sich bisher kein besser geeigneter Begriff finden liess, zudem ist er in der Öffentlichkeit breit eingebürgert.⁵⁷ Heute ist der Begriff vielfach durch ‚Entwicklungsländer‘ ersetzt, wobei sich auch an diesen Begriff ähnliche Probleme stellen. Die hier untersuchten Bewegungen haben in der Zeit den Begriff vielfach sogar zur Selbstbezeichnung verwendet, so sind die auch in dieser Arbeit verwendeten Begriffe wie ‚Dritte-Welt-Läden‘ oder ‚Dritte-Welt-Bewegung‘ original, obschon nicht durchweg in Anführungszeichen gesetzt. Die Namen sind heute geändert, so heissen die Läden neu ‚Welt-Läden‘ oder ‚Eine-Welt-Läden‘, während sich die grosse Importgenossenschaft OS3 1998 neu unter dem Namen *claro fair trade* als Aktiengesellschaft formiert hat.

Der Begriff des Fairen Handels ist eine neuere Schöpfung und erst seit etwa 1990 gebräuchlich, er bezeichnet ein gerechtes Miteinander in der Welt, und steht für die soziale Verantwortung der Konsumenten in den Industrieländern gegenüber den Produzenten von Handelswaren in den Entwicklungsländern. Die Begrifflichkeit und die inhaltliche Definition sind allerdings Änderungen unterworfen, gerade die in dieser Arbeit untersuchten Aktionen und Akteure stehen am Beginn der Entwicklung dieses neuen Handelskonzeptes.⁵⁸ In den 1970er Jahren war der Begriff des ‚Alternativen Handels‘ gebräuchlich, der dann ab 1986 durch den Begriff des ‚Gerechten Handels‘ abgelöst wurde. Seit 1990 wird vom ‚Fairen Handel‘ gesprochen, dieser Begriff hat sich, gerade auch durch den Erfolg der Produkte der Labelorganisation *Max Havelaar* in den Regalen der Grossverteiler, in der Schweiz breit eingebürgert.⁵⁹

⁵⁷ Vgl. dazu und zur Begriffsgeschichte den Artikel von Dieter Nohlen im Lexikon Dritte Welt, S. 194-195.

⁵⁸ Eine gute Darstellung zur Entwicklung der theoretischen Grundlagen bietet Laemmel, Wandel durch Handel, S. 9-19.

⁵⁹ Vgl. zu den Begriffen und den Kriterien des Fairen Handels stellvertretend Stückelberger, Christoph. Ethischer Welthandel: Eine Übersicht. Bern, Stuttgart und Wien 2001. S. 30-32, S. 134-135 und S. 178-179.

Kursiv gesetzt sind konsequent Namen von Organisationen und Zeitungen, so zum Beispiel die *Erklärung von Bern (EvB)* oder die *Organisation Schweiz-Dritte Welt (OS3)*. Die verwendeten Abkürzungen sind ebenfalls aus der Zeit gebräuchlich und finden sich in den Quellen, sie wurden daher auch kursiv übernommen.

TEIL B: KAFFEE

In diesem Teil sollen die Aktionen und Verkäufe von Kaffee dargestellt werden. Dieses Kolonialprodukt war das erste Produkt des Fairen Handels in der Schweiz und wurde zu seinem Klassiker. Am Beispiel Kaffee liessen sich die Zusammenhänge des Welthandels exemplarisch aufzeigen, gerade auch durch den massiven Preiszerfall der Kaffeerohpreise auf dem Weltmarkt anfangs der 1970er-Jahren. In den 1980er-Jahren wurde dann der „gerechte Preis“ für die Produzenten des Südens überlebenswichtig.

An den beiden Kaffees, die von der Dritte-Welt-Bewegung in der Schweiz verkauft wurden, dem Ujamaa-Kaffee und dem Nicaragua-Kaffee sollen die Fragen nach der Thematisierung der Herkunft gestellt werden. Dabei interessieren die Benennung des Kaffees, die Kundeninformationen und allfällige Deutungskämpfe. Wie wurden der Ujamaa-Kaffee, der den Namen des tansanischen Sozialismus schon im Namen trägt und der Nica-Kaffee aus dem sandinistischen Nicaragua in der Schweiz aufgenommen?

Zu diesen Fragen habe ich im Archiv der bei der Ujamaa-Aktion federführenden *Erklärung von Bern (EvB)* viel völlig unbearbeitetes und sehr spannendes Material gefunden. Für die Fortführung und den Kaffee aus Nicaragua finden sich die Quellen im Firmenarchiv der *Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)*, der heutigen *claro fair trade AG*, das zwar sehr umfangreich, aber gut erschlossen ist. Beide Quellenbestände befinden sich im Sozialarchiv und sind sehr gut zugänglich. Darin finden sich Broschüren, Flugblätter, Kundeninformationen und Aktionsmaterial sowie beispielsweise auch Verpackungen, die sowohl über den aufgedruckten Text als auch über ihre Bildsprache als Quellen befragt werden können. Die teilweise interne Korrespondenz der Aktionen findet sich im Archiv der *Erklärung von Bern*, so dass quellenmässig eine wirkliche Innensicht abgedeckt ist.

1. Die Kaffeeaktion „Ujamaa“ 1973-1976

In der Schweiz fanden in den Jahren 1973 bis 1976 drei Kaffeeaktionen mit dem Kaffee Ujamaa aus Tansania statt, bevor dieser dann ins Sortiment der *Organisation Schweiz-Dritte Welt (OS3)* aufgenommen wurde. Ujamaa ist der Suaheli-Name eines afrikanischen Sozialismus⁶⁰, der auf den Lehren und Theorien von Staatsgründer Julius K. Nyerere basiert, eine Mischung aus traditioneller afrikanischer Grossfamilie und modernen sozialistischen Ideen, beeinflusst durch Gandhi und Mao.⁶¹ Nyerere baute sein Land auf drei wichtige Stützen: Die erste ist die Landwirtschaft in Genossenschaftsdörfern⁶², die zweite ist die Erziehung und Alphabetisierung der Bevölkerung⁶³, und als dritte folgt die aussenpolitische Blockfreiheit und wirtschaftliche Unabhängigkeit sowohl von westlichen als auch von östlichen Industriestaaten.⁶⁴ Diese Punkte formulierten Julius Nyerere und seine *TANU*⁶⁵ am 5. Februar 1967 in Arusha anlässlich einer Parteiversammlung. Dies ging als Arusha-Deklaration in die Geschichte ein. Die darauf folgenden Verstaatlichungen und Zwangsumsiedlungen von Bauern in Ujamaa-Dörfer wurden vor allem im Westen stark kritisiert. Trotz der deklarierten Blockfreiheit hielt Tansania mit diversen Ländern Kontakt, wobei vor allem die chinesische Wirtschaftshilfe⁶⁶ im Westen zu Kritik und Argwohn Anlass

⁶⁰ Vgl. für einen Überblick über Tansania, den Ujamaa-Sozialismus und Nyerere den Artikel: Hofmeister, Rolf. Tansania. In: Handbuch der Dritten Welt. (Hg. Dieter Nohlen und Franz Nuscheler). 3. Auflage. Bd. 5 Ostafrika und Südafrika. Bonn 1993. S. 178-200.

⁶¹ Vgl. Nyerere, Julius. Reden und Schriften aus drei Jahrzehnten. Hg. Asit Datta. Bad Honnef (D) 2001. Vgl. für einen zwar sehr knappen, aber treffenden Überblick zu den Zielen und Werten von Ujamaa: Ujamaa, in: Lexikon Dritte Welt. (Hg. Dieter Nohlen). Vollst. überar. Neuauflage. Reinbek bei Hamburg 2002. S. 822 oder Meyns, Peter. Ujamaa, in: Afrika-Lexikon. (Hg. Jacob E. Mabe). Wuppertal, Stuttgart und Weimar 2001. S. 658-659.

⁶² Cliffe, Lionel, Saul, John S. (Hg.). Socialism in Tanzania: An interdisciplinary reader. Volume 2: Policies. Nairobi und Dar es Salaam 1973. S. 122-215.

⁶³ Cliffe, Lionel, Saul, John S. (Hg.). Socialism in Tanzania: An interdisciplinary reader. Volume 2: Policies. Nairobi und Dar es Salaam 1973. S. 216-303.

⁶⁴ Vgl. dazu Kürschner, Frank. Wie sozialistisch ist Tansania? (Stichwörter zur Gesellschaftspolitik 56). Stein bei Nürnberg 1977. S. 19-26 und Pfennig, Werner, Voll, Klaus, Weber, Helmut (Hg.). Entwicklungsmodell Tansania: Sozialismus in Afrika: Geschichte, Ökonomie, Politik, Erziehung. Frankfurt/Main und New York 1980. S. 133-401.

⁶⁵ Tanganjika African National Union, gegründet 1954, setzte sich für die Unabhängigkeit ein und blieb danach Einheitspartei Tansanias, heute CCM, vgl. Pfennig, Werner, Voll, Klaus, Weber, Helmut (Hg.). Entwicklungsmodell Tansania: Sozialismus in Afrika: Geschichte, Ökonomie, Politik, Erziehung. Frankfurt/Main und New York 1980. S. 213-240 und Bechtoldt, Heinrich. Staaten ohne Nation: Sozialismus als Macht-Faktor in Asien und Afrika. Stuttgart 1980. S. 237.

⁶⁶ Vgl. zu China: Pfennig, Werner, Voll, Klaus, Weber, Helmut (Hg.). Entwicklungsmodell Tansania: Sozialismus in Afrika: Geschichte, Ökonomie, Politik, Erziehung. Frankfurt/Main und New York 1980. S. 291-309. China baute die TAZARA, eine Eisenbahnlinie von über 1600 km Länge zwischen Sambia und der Küstenstadt Dar es Salaam.

gab. Die Sowjetunion wusste nie so recht, wie sie mit diesem blockfreien Tansania umgehen sollte⁶⁷, ebenso wenig die USA⁶⁸ und die BRD⁶⁹. Die Ujamaa-Politik führte nicht zu den erhofften Zielen und wurde 1985 mit dem Rücktritt Nyereres aufgegeben. Unter westlichen Intellektuellen galt das Modell Ujamaa lange Zeit als hoffnungsvolles sozialistisches Programm, da man sich enttäuscht von den Staaten des real existierenden Sozialismus abgewandt hatte. Auch das Vertrauen auf die eigene Kraft zur Bekämpfung von Armut und Unterentwicklung wurde von linken Kreisen sehr gelobt.⁷⁰

Anhand des in den Genossenschaftsdörfern produzierten und von der schweizerischen Dritte-Welt-Bewegung verkauften Ujamaa-Kaffees möchte ich aufzeigen, welche Themen transportiert wurden. Wurde über den tansanischen Sozialismus informiert? Wenn ja, welche Aspekte wurden herausgegriffen? Wie wurde der Sozialismus benannt? Wie lief die Aktion ab? Wer stand dahinter? Wo zeigte sich ein Verhalten auf der Folie des Kalten Krieges? Wie wurde mit dem Namen Ujamaa umgegangen? Wurde offen deklariert und erklärt oder ausgewichen und verschwiegen? Werden Probleme angesprochen? Wie wurde mit der tansanischen Realität umgegangen und wie wurde darüber berichtet? Worauf wurde in den Kundeninformationen fokussiert? Welche diskursiven Muster wurden verwendet?

In den beiden ersten Kapiteln steht die eigentliche entwicklungspolitische Aktion im Zentrum. Es wird hier die Frage nach Akteuren und Motivationen gestellt. In einem dritten Kapitel sollen dann Fragen nach der Rezeption und der Reaktion gestellt werden. Hier geht es um Kontroversen und regelrechte „Leserbriefschlachten“, die ich als Streit um die Diskurshoheit interpretiere; und bei denen sich klare Positionierungen der Fair-Trade-Bewegung zeigen und die Selbstwahrnehmung deutlich wird. Dabei ist es spannend zu sehen, aus welchem politischen Lager die Angriffe kommen und auf welcher Ebene sie sich bewegen. Werden die Ziele der Aktion direkt angegriffen? Oder finden Angriffe statt, die scheinbar neutral auftreten? Anschliessend soll dann in einem vierten Kapitel die Weiterführung dieses Kaffees bei der neugegründeten *Importgenossenschaft OS3 (Organisation Schweiz – Dritte Welt)* dargestellt werden, dieses Kapitel wird mit einem vergleichenden Teil zu einem weiteren Produkt aus Tansania, dem Simba- oder Kilimanjaro-

⁶⁷ Lüders, Klaus. Tansania in der Sicht der Sowjetunion: Eine Studie zur sowjetischen Schwarzafrika-Politik. (Hamburger Beiträge zur Afrika-Kunde 23). Hamburg 1978.

⁶⁸ Leimgruber, Walter. Kalter Krieg um Afrika: Die amerikanische Afrikapolitik unter Präsident Kennedy 1961-1963. (Beiträge zur Kolonial- und Überseegeschichte 47). Stuttgart 1990. Speziell S. 288.

⁶⁹ Vgl. Engel, Ulf, Schleicher, Hans-Georg. Die beiden deutschen Staaten in Afrika: Zwischen Konkurrenz und Koexistenz 1949 – 1990. (Hamburger Beiträge zur Afrikakunde 57). Hamburg 1998. Speziell S. 149-179.

⁷⁰ Vgl. z. B.: Urfer, Sylvain. Une Afrique socialiste: la Tanzanie. Paris 1976.

Tee ergänzt. Hier interessieren vor allem Differenzen in der Thematisierung des sozialistischen Experimentes und die Kundeninformation.

1.1. Die Aktion und ihre Akteure

Die Kaffeeaktion Ujamaa erstreckt sich über mehrere Jahre, bevor dann der Import und Auslieferung des Kaffees von OS3 übernommen wird. Es sind eigentlich mehrere getrennte Aktionen, die aber von personell eng verbundenen Organisationen geführt werden.

1.1.1. Die Vorläuferaktion 1973

Das erste Mal taucht die Idee einer Aktion mit tansanischem Kaffee in der Schweiz in einem Bulletin des *Informationsdienstes 3. Welt* auf.⁷¹ Darin wird erklärt, warum Kaffee der geeignete Botschafter sein soll:

„Kaffee kann Menschen in Hochstimmung bringen, aber sie auch in revolutionäre Rage versetzen. Kaffee – ein politisch gärendes Getränk. Und in neuester Zeit hat Kaffee in Tansania den Anlass zu Genossenschaftsbildung gegeben und damit den Anfang der Unabhängigkeitsbewegung gelegt.“⁷²

Dieser doch eher gewagten Behauptung bezüglich der Ursache der Unabhängigkeit und der politischen Wirkung folgen genaue Fakten über den Kaffeewelthandel und die klare Benachteiligung der Produktionsländer. Dann wird das Thema am Beispiel Tansania behandelt:

„Der Manager von Kibo Estates in Moshi; ..., meint, dass es nur noch einem Grossbetrieb möglich sei, wirklich hochgradigen Kaffee für den immer anspruchsvolleren Weltmarkt zu produzieren. Die Regierung Tansanias sieht diese Probleme klar. Sie sucht die Lösung innerhalb ihres Staatssystems. Tansanias Sozialismus ist eine Philosophie, die sich auf die eigene Kraft besinnt, sich zuerst einmal nach Innen orientiert und nicht in das Rennen um ein maximales Wirtschaftswachstum einsteigen will. Dieses System lässt viele Mischformen zu und vor allem arbeitet man mit jedermann zusammen – von den Chinesen bis zu Nestlé.“⁷³

Hier kann man eine Offenheit gegenüber Problemen und Widersprüchen feststellen, auch wird sehr klar von Sozialismus gesprochen. Dann wird das Projekt der “Schalom-Gruppe der Schweizerischen Arbeitsgruppen für Entwicklungspolitik”⁷⁴ vorgestellt, die sich das holländische *Angola-Komitee* zum Vorbild genommen hat und ebenso versucht, über den Kaffee auf bestehende Ungerechtigkeiten aufmerksam zu machen. Man will „1000 kg vakuumverpackten, löslichen Tansaniakaffee verkaufen“⁷⁵. Bezüglich des Ziels der Aktion wird Peter Brunhart zitiert:

⁷¹ Informationsdienst 3. Welt, Bulletin Nr. 9, August 1973, in: Kaffeeordner 1, SozArch Ar 430.27.1.

⁷² Informationsdienst 3. Welt, Bulletin Nr. 9, August 1973, S. 2, in: Kaffeeordner 1, SozArch Ar 430.27.1.

⁷³ Informationsdienst 3. Welt, Bulletin Nr. 9, August 1973, S. 7, in: Kaffeeordner 1, SozArch Ar 430.27.1.

⁷⁴ Informationsdienst 3. Welt, Bulletin Nr. 9, August 1973, S. 8, in: Kaffeeordner 1, SozArch Ar 430.27.1.

⁷⁵ Informationsdienst 3. Welt, Bulletin Nr. 9, August 1973, S. 8, in: Kaffeeordner 1, SozArch Ar 430.27.1.

„[man] möchte versuchen, ..., auf ein Problem hinzuweisen, dem man normalerweise ohnmächtig gegenübersteht, nämlich dem Welthandel [und] gleichzeitig den Leuten Gelegenheit geben, etwas für die Entwicklungshilfe zu tun, ohne dass die Almosenmentalität unterstützt wird.“⁷⁶

Der Fokus wird also gleich zu Beginn auf den „Welthandel“ gerichtet, das Politische rückt zumindest in den Hintergrund. Die Idee des Transports von Information und Aufklärung der Konsumenten über das Medium des Produktes Kaffee hält damit in der Schweiz Einzug. Die konkrete Umsetzung ist dann vor allem der *Vereinigung Dritte Welt-Läden Schweiz* zu verdanken, doch konnte ich aufgrund der Quellenlage nichts Genaueres über die konkrete Umsetzung dieser ersten Ujamaa-Aktion des Jahres 1973 festmachen. Knapp zwei Jahre später folgt dieser schon eine zweite, grösser angelegte und breiter abgestützte Aktion.

1.1.2. Die Kaffeeaktion Ujamaa 1975

Diese wird von einem *Verein Kaffeeaktion Ujamaa* getragen, der sich aus elf Organisationen des entwicklungspolitischen Lagers zusammensetzt. Es sind dies neben der federführenden *Erklärung von Bern (EvB)*, die kirchlichen Organisationen *Brot für Brüder*, *Christlicher Friedensdienst*, *Katholische Arbeiterbewegung*, aber auch linke Bewegungen und Jugendverbände, wie das *Schweizerische Arbeiterhilfswerk*, der *Schweizerische Friedensrat*, das *Interteam*, der *Fonds für Entwicklung und Partnerschaft (FEPA)*, die *Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände*, die *Arbeitsgruppen für Entwicklungspolitik (SAFEP)* und die *Internationale Frauenliga für Frieden und Freiheit*.⁷⁷

Die Ziele sind ähnlich wie 1973, man will „aus der Sackgasse der blossen Worte, der Drucksachenverbreitung herauskommen“, es geht um „entwicklungspolitische Anliegen“.⁷⁸ Politische Fragen werden bei den Zielen kaum erwähnt. Ujamaa wird nicht als tansanischer Sozialismus thematisiert. Tansania wird zwar als „hoffnungsvolles Beispiel eines Entwicklungslandes, das versucht, aus eigener Kraft sich aus Hunger, Elend und Abhängigkeit zu befreien“⁷⁹ angesehen, jedoch wird nirgends näher darauf eingegangen, nur der Kaffeehandel wird betrachtet.

⁷⁶ Informationsdienst 3. Welt, Bulletin Nr. 9, August 1973, S. 8, in: Kaffeeordner 1, SozArch Ar 430.27.1, Peter Brunhart ist Mitglied der Schweizerischen Arbeitsgruppen für Entwicklungspolitik (SAFEP).

⁷⁷ Warum eine Aktion mit Solidaritätskaffee 'Ujamaa'?, (Hg. Verein Kaffeeaktion Ujamaa), 1975. Vgl. zu den diversen Organisationen: Barbey, René (Hg.) Schweiz - Dritte Welt, Verzeichnis der Institutionen, 2. Aufl., Genf 1985 und im absolut antikommunistisch geprägten Verzeichnis der Organisationen des entwicklungspolitischen Sektors, vgl. Helfer, Hans-Ulrich. Die Kritiker: Agitation gegen die freie Marktwirtschaft. Zürich 1987, S. 61-66.

⁷⁸ Warum eine Aktion mit Solidaritätskaffee 'Ujamaa'?, (Hg. Verein Kaffeeaktion Ujamaa), 1975.

⁷⁹ Warum eine Aktion mit Solidaritätskaffee 'Ujamaa'?, (Hg. Verein Kaffeeaktion Ujamaa), 1975.

In einem schweizweiten Strassenverkauf wird also ab Mitte April 1975 der in Tansania direkt bestellte und importierte lösliche Pulverkaffee verkauft.⁸⁰ Die 8 Tonnen aus der Fabrik der *TANICA* in Bukoba am Lake Victoria werden in der Schweiz in 100 Gramm-Gläsern abgefüllt. Durch die Verarbeitung des Kaffees zu Pulverkaffee direkt im Land und den direkten Import wird der Zwischenhandel ausgeschaltet, was für die Konsumenten in der Schweiz einen tieferen Preis und für die Kaffeebauern in Tansania einen höheren Profit zur Folge hat.⁸¹ Es ist wichtig zu sehen, dass hier nicht wie üblich Rohstoffe importiert wurden, sondern der vor Ort in Tansania gefertigte Pulverkaffee.

Dabei ist der Kaffee aber erklärtermassen „nur Mittel zum Zweck (Aktionsaufhänger) und konkretes Anschauungsmaterial. Er ist die Brücke zur direkten Konfrontation des Käufers mit der Welthandel-Problematik. Mit seiner Hilfe wollen wir die nötigen Informationen auch an die Leute bringen, die wir sonst nicht erreichen können“.⁸²

Die Aktion läuft über drei Sekretariate, je eines in Zürich, Genf und in Lugano, die jeweils verschiedene Regionalstellen betreuen.⁸³ Diese wiederum sind zuständig für die Schulungen der Verkäufer und Verkaufsgruppen, die einen bis drei Abende umfasst,⁸⁴ und sich inhaltlich stark unterscheiden. Ebenso sind die Aktionen der über die ganze Schweiz verteilten Gruppen sehr verschieden. Alle verkaufen den Kaffee Ujamaa, einige gestalten aber auch einen Gottesdienst zum Thema Kaffee. So heisst es dann in einem Gebet:

„Herr, es hat oft den Anschein, als verschenkt wir etwas, aber wir geben Kredite, die an uns mit Zinsen zurückbezahlt werden. ... wir Reichen verhelfen sogar zur Verstärkung der Rüstung - und sie dient oft zur Unterdrückung sozialrevolutionärer Gruppen.“⁸⁵

Andere wiederum schalten in der Schule Vorträge zu Tansania und lassen die Schüler Aufsätze zum Land schreiben. So lesen wir dann in einem Aufsatz: „Ujamaa ist ein Suaheliwort das Familiensinn, Gemeinschaftswerk und Solidarität bedeutet.“⁸⁶

⁸⁰ Ganzer Abschnitt nach: Das Unrecht schwimmt in der Kaffeetasche, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

⁸¹ Zum Weltkaffeehandel vgl. Hadwinger, Hippler, Lotz, Kaffee, S. 43-89, die Situation in Tansania wird darin ebenfalls speziell beleuchtet, vgl. S. 88f. und S. 98.

⁸² Paper Welthandel 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2. Hervorhebung im Original.

⁸³ Warum eine Aktion mit Solidaritätskaffee 'Ujamaa'?, (Hg. Verein Kaffeeaktion Ujamaa), 1975.

⁸⁴ Ebd. und Das Unrecht schwimmt in der Kaffeetasche, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

⁸⁵ Gerecht handeln z. B. Kaffee Ujamaa, Gottesdienst zur Kaffeeaktion Ujamaa, Arbeitsgruppe 'Dritte Welt - Freiamt', Merenschwand, in: Kaffeeordner 1, SozArch Ar 430.27.1.

⁸⁶ Aufsatz von Bettina Stahl aus Sirnach, vgl. Schüler schreiben über den Vortrag: Ujamaa-Dörfer in Tansania, in: Regionalzeitung, Hinterthurgau/Wil, 17. Juni 1975. In: Presseordner Argus, SozArch Ar 430.80.4.

Am 25. Juni 1975 schliesst der *Verein Kaffeeaktion Ujamaa* die Aktion vorläufig ab.⁸⁷ Die Aktion war äusserst erfolgreich, es wurden alle 80'000 Gläser Kaffee verkauft, was den bestellten 8 Tonnen entspricht. Es waren in der deutschen Schweiz über 100 lokale Gruppen tätig, in der welschen Schweiz über 50. Vor allem kirchliche Gruppen waren sehr erfolgreich. Über das weitere Vorgehen herrschte Uneinigkeit. An einer eigens einberufenen Auswertungstagung wünschte die Hälfte eine Wiederholung der Aktion im nächsten Jahr und somit eine baldige Kaffee-Neubestellung, während andere für eine Jute-Aktion plädierten.⁸⁸

1.1.3. Wiederholung der Kaffeeaktion 1976

Offenbar haben sich die Vertreter einer Wiederholung der Aktion durchgesetzt, in den Archiven findet sich zwar kein entsprechender Beschluss, allerdings findet 1976 eine Fortsetzungsaktion statt.⁸⁹

Die Aktion lief eigentlich sehr ähnlich, ausser dass eine klare Professionalisierung spürbar wird. Die Auslieferung und Administration wird bereits von OS3 übernommen, auch sind im Gegensatz zum Vorjahr die Dritte Welt-Läden am Verkauf beteiligt. So wird sowohl zeitlich begrenzt als Aktion verkauft, als auch gleichzeitig ein permanentes Angebot in diesen Läden bereitgestellt.

1.2. Broschüren und Kundeninformationen zur Kaffeeaktion Ujamaa

Die Broschüren und Etiketten, die über die Verkäufe an die Kunden abgegeben werden, sollen hier detaillierter betrachtet werden. Welche Informationen werden vermittelt? Wie werden die Verkäufer ausgebildet? Wird der tansanische Sozialismus erörtert?

Auf den Texten für die Etikette des Kaffees Ujamaa wird primär vom Kaffeehandel gesprochen, wie wir ja oben auch bei den Zielen gesehen haben. Versteckt findet sich der eine oder andere Hinweis:

„Wenn Sie diesen Kaffee trinken, denken Sie daran, dass ... Tanzania eines der wenigen Entwicklungsländer [ist], in dem soziale Reformen zugunsten der armen Massen gefördert und die Privilegien der Oberschicht beschnitten werden.“⁹⁰

⁸⁷ Ganzer Abschnitt nach: Vorläufiger Abschluss der Kaffeeaktion Ujamaa, Rundbrief von 25. Juni 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

⁸⁸ Vgl. dazu den Teil D: Jute in dieser Arbeit.

⁸⁹ Ganzes Kapitel nach: Ujamaa Kaffee – Aktion. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1976.

⁹⁰ Etikette des Solidaritätskaffees Ujamaa, 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

Diese Vermeidung der Bezeichnung Sozialismus finden wir auch in der Broschüre, die den Kunden auf der Strasse mitgegeben wurde. Hier wird Ujamaa mit "Gemeinschaft, Zusammenarbeit, Gleichheit" übersetzt, es wird wieder von "sozialen Reformen" gesprochen. Andeutungsweise finden sich Hinweise, wenn da steht, dass Politiker in Tansania nicht "Leiter eines kapitalistischen Unternehmens" sein dürfen.⁹¹ Sonst aber fehlen den Kunden jegliche Hinweise auf den tansanischen Sozialismus.

In den Faltblättern, die in der französischen Schweiz verwendet werden, finden sich zwar sogar Auszüge aus der Arusha-Deklaration. Der tansanische Sozialismus allerdings wird mit keinem Wort erwähnt.⁹²

Die Ausnahme macht das Extraheft der *Déclaration de Berne* aus der Romandie. Hier werden unter dem grossen Titel "Le socialisme tanzanien" auf sechs Seiten sowohl das politische Programm Nyereres, als auch die Realität in den Ujamaa-Dörfern vorgestellt.⁹³

Man zeigt keine Scheu, das sozialistische Experiment klar so zu benennen:

„... il a fallu forger un système de socialisme économique dépassant de loin le cadre de l'économie de subsistance traditionnelle. Ce qui est remarquable ici, c'est la manière dont une rationalité économique, élaborée à partir de modèles socialistes occidentaux, a été coulée dans un cadre socio-culturel africain.“⁹⁴

Diese stark durch französische Autoren beeinflusste Darstellung bleibt als Beispiel allein. In allen anderen untersuchten Broschüren und Kundeninformationen wird der tansanische Sozialismus nirgends explizit genannt. Das ist meines Erachtens bezeichnend und lässt vermuten, dass man seitens des Vereins Kaffeeaktion Ujamaa eine Beeinträchtigung der Verkaufszahlen befürchtete.

Sehr spannend ist ein Vergleich der Verkäuferdossiers der Aktion von 1975 und derjenigen von 1976.⁹⁵ Diese Verkäuferdossiers wurden an die Gruppen zur Vorbereitung abgegeben, sie enthalten neben breiter Information über Kaffee, den Weltmarkt und Aktionsideen auch Informationen über Tansania und den Ujamaa-Sozialismus. Sie Dossiers stellen somit die Sicht des *Vereins Kaffeeaktion Ujamaa* dar und haben einen offiziellen Charakter, allerdings geht es dabei um eine Broschüre die 'intern' an die verkaufenden Gruppen und nicht an die

⁹¹ Texte zur Kaffee-Broschüre (Entwurf), in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

⁹² Boire du café UJAMAA c'est prendre 5 minutes pour réfléchir, 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

⁹³ Vers un développement solidaire: numéro spécial ujamaa. (Bulletin d'information romand de l'association pour la déclaration de Berne 19). (Hg. Association pour la déclaration de Berne). Genf 1975. Vgl. speziell S. 12-17.

⁹⁴ Ebd., S. 14.

⁹⁵ z. B. Kaffee Ujamaa. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1975 und Ujamaa Kaffee – Aktion. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1976.

Konsumenten auf der Strasse oder im Laden abgegeben wurde. Schon auf den ersten Blick zeigt sich, dass der Inhalt des Dossiers von 1975 praktisch unverändert 1976 übernommen wurde. Interessant sind allerdings die Veränderungen: So heisst die Überschrift eines Kapitels in der Broschüre von 1975 „Tansania – ein neues Entwicklungsmodell“, diese Überschrift wird ein Jahr später mit einem Fragezeichen versehen! Im Dossier von 1975 heisst es:

„Da die Ujamaa-Landwirtschaftspolitik von der Regierung erst seit 5 Jahren mit Nachdruck betrieben wird, ist es noch zu früh, den Erfolg der Ujamaa-Dörfer beurteilen zu wollen. Gesamthaft betrachtet muss man aber feststellen, dass seit 1967 [Zeitpunkt der Arusha-Deklaration; d. V.] ein unerhört hoffnungsvoller Prozess eingesetzt hat.“⁹⁶

Im Verkäuferdossier von 1976 wird das Kapitel um den Zusatz „Schwierigkeiten und Probleme in der Ujamaa-Politik 1976“ erweitert. Dieser Zusatz wurde, wie wir einer Fussnote entnehmen können, von Rudolf H. Strahm nach einer Tansania-Reise, verfasst.⁹⁷ Darin heisst es, den tansanischen Sozialismus thematisierend:

„Die ... Arusha-Erklärung widerspiegelt ein Programm und nicht die reale Politik Tansanias. Es gibt zu viele Hindernisse, die zum Teil aus der Kolonialzeit und zum Teil aus internen und internationalen Einflüssen herkommen, um eine Politik der Gleichheit ohne Schwierigkeiten zu realisieren. Es ist wichtig, dass man in Tansania nicht nur das Programm, sondern auch die konkreten Schwierigkeiten beurteilt. An Tansania kann man sehr gut lernen, wie schwierig die gewaltlose und schrittweise Einführung einer sozialistischen Politik ist.“⁹⁸

Diese sehr ehrliche Thematisierung und Benennung als Sozialismus ist erstaunlich, wurde dies doch, wie wir gesehen haben, in den Informationen für die Konsumenten nicht so gehandhabt. Dies stützt die These, dass die Nicht-Benennung bei differenzierter und durchaus kritischer Information der Akteure erfolgte, um die Verkaufsumsätze nicht zu gefährden.

Im Abschnitt werden die Schwierigkeiten konkret thematisiert, so wird die Umsiedlungspolitik, die Programmänderungen durch die Wirtschaftskrise und das Wachsen der Bürokratie kritisiert. Abschliessend heisst es dann versöhnlich:

„Alle Beobachter, selbst solche, die gegenüber Tansania sonst kritisch eingestellt sind, sind sich einig, dass Tansania im Gegensatz zu den meisten Entwicklungsländern eine Staatsführung besitzt, die nicht korrupt ist. Tansania gibt ein gutes Beispiel dafür, wie gross die Schwierigkeiten sind, in einem Land auf friedlichem Wege eine gerechte Gesellschaft einzuführen.“⁹⁹

⁹⁶ z. B. Kaffee Ujamaa. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1975, S. 31.

⁹⁷ Ujamaa Kaffee – Aktion. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1976. S. 37.

⁹⁸ Ujamaa Kaffee – Aktion. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1976. S. 34. Hervorhebung im Original.

⁹⁹ Ujamaa Kaffee – Aktion. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1976. S. 37. Hervorhebung im Original.

Spannend ist hierbei wiederum die Betonung der ‚Friedfertigkeit‘, dies kann als klare Absage an die ‚bewaffnete Revolution‘ gesehen werden. Deutlich wird auch wieder die Offenheit und Differenziertheit, mit der kritisiert wird. Das dies allerdings nur intern passiert, lässt meines Erachtens auf eine Annahme der Akteure über die Schweizerische Öffentlichkeit schliessen, dass diese über eben gerade diese Differenziertheit selber nicht verfügte, sondern in der Mentalität des Kalten Krieges beim Wort ‚Sozialismus‘ sehr allergisch reagierte.

1.3. Reaktionen, Kontroversen und Rezeption

Hier stehen die Reaktionen der Schweizerischen Öffentlichkeit im Zentrum. Sie sollen anhand zweier Kontroversen betrachtet werden, auf die ich im Archiv der *Erklärung von Bern (EvB)* gestossen bin. Es geht mir hier darum, die Rezeption des tansanischen sozialistischen Versuches Ujamaa über die Rezeption der Kaffeeaktion zu untersuchen.

Voranstellen möchte ich den Brief mit der offiziellen Reaktion der Regierung von Tansania. Diese schreibt am 13. Mai 1975 über die Botschaft in Bonn an die *Kaffeeaktion Ujamaa*:

„To find an organisation like yours ready to do the necessary campaign and market promotion for our processed coffee is not only a welcome effort but in effect a very important milestone in the right direction. The Embassy wishes to express appreciation and support for this very important effort and appeal to every organization, especially the news media, in Switzerland to assist in anyway they deem fit to assure that this initial market promotion for our processed coffee is a success.“¹⁰⁰

1.3.1. „Kaffeeeklatsch“ im Prättigau

Nun gilt es, einen sehr spannenden und im Bezug auf Sozialismus-Rezeption und Kalter Krieg-Rhetorik äusserst fruchtbaren Schlagabtausch in einer Schweizer Regionalzeitung im Detail zu verfolgen.

Wie wir oben gesehen haben, verläuft der Endverkauf, also die eigentlichen Aktionen mit Kaffee, in den regional engagierten Gruppen.¹⁰¹ So titelt am 20. Februar des Jahres 1975 die *Bündner Zeitung* „Kaffeeverkauf: Missstände werden aufgezeigt“ und berichtet über den geplanten Verkauf der *Arbeitsgruppe Dritte Welt* aus Schiers.¹⁰² Darauf erscheint zwei Tage später ein Leserbrief eines Herrn A. D. Simons aus Pfaffhausen mit dem Titel „Kritische Bemerkungen?“:

„Falschverstandene Wohltätigkeit. Es ist rührend. Die ‘Arbeitsgruppe Dritte Welt’ will tansanischen Kaffee auf der Strasse verkaufen. Vermutlich haben diese Leute übersehen (wenn sie es nicht absichtlich verschweigen), dass vor nicht allzu langer Zeit die Mehrzahl der Kaffeeplantagenbesitzer in Tanzania -

¹⁰⁰ Embassy of the united Republic of Tanzania, Bonn, Brief an die Kaffeeaktion Ujamaa, 13. Mai 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

¹⁰¹ Vgl. hierzu Kapitel 1.1. Die Aktion und ihre Akteure.

¹⁰² Kaffeeverkauf: Missstände werden aufgezeigt, in: Bündner Zeitung, 20. Februar 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

einschliesslich Schweizer - kurzerhand enteignet und ausgebootet wurden. Jeder, der diesen Aktionskaffee kauft, muss daher wahrnehmen, dass er gestohlene Ware ersteht [sic!]. Und wenn er aus politischer Ueberzeugung oder anderen Gründen bereit ist, dies in Kauf zu nehmen, könnte er sich darüber Gedanken machen, dass die Plantagen heute durch Zwangsarbeit in Betrieb gehalten werden. Die Arbeitskräfte werden wie Vieh von ihren Dörfern weggetrieben und müssen sich in neuen Kooperativen niederlassen.“¹⁰³

Es werden hier die Themen Enteignung und Zwangsumsiedlungen auf eine sehr polemische Weise in die Diskussion eingebracht. Der Schreiber unterstellt der *Arbeitsgruppe Dritte Welt* aber auch eine unlautere Informationspolitik, indem er ihr vorwirft, diese Themen nicht anzusprechen. Mit welcher Rhetorik gekämpft wird, zeigt sich im Schlusssatz des Leserbriefs deutlich:

„Wohltätigkeit? Wer der dritten Welt helfen möchte, könnte beispielsweise auch den ausgezeichneten kenianischen Kaffee verkaufen. Aber diese Sorte ist offenbar nicht geeignet, da nicht sozialistischen Ursprungs!“¹⁰⁴

Es wird hier der Kaffeeaktion eine Vorliebe für sozialistische Länder unterstellt, was vom Schreibenden als politischer Rufmord beabsichtigt ist. Das Wort ‚sozialistisch‘ ist für ihn ganz klar negativ konotiert und soll durch seine Entlarvung die Aktion zu einem Misserfolg werden lassen.

Die Antwort lässt verständlicherweise nicht lange auf sich warten. Am 25. Februar erscheint eine Replik durch die angegriffene Arbeitsgruppe:

„Sie irren, Herr oder Frau Simons aus Pfaffhausen, wenn Sie meinen, wir hätten die Wohltätigkeit falsch verstanden. Dass wir unseren Kaffee aus Tansania beziehen, dies hat seinen Grund. Gerade Tansania scheint uns Unterstützung zu verdienen.

Bis zum Ende des letzten Jahrhunderts lebten in Tansania freie Bauern, die in genossenschaftlicher Art ihr Land bebauten und sich selbst versorgten, wie dies in Graubünden [sic!] zu etwas früherer Zeit nicht viel anders war. Dann landeten die Weissen in Ostafrika (zuerst die Deutschen, später die Engländer), die zu dieser Zeit die ganze Welt beherrschen wollten. Da die Europäer die besseren Waffen hatten, nahmen sie das Land den afrikanischen Bauern weg. Fortan hatten die Schwarzen für die Weissen auf deren Plantagen zu arbeiten. Um 1960 wurden die meisten Länder in Afrika selbständig. Die weissen Plantagenbesitzer aber blieben, und für die Bauern änderte sich damit wenig. Unterstützt von der eigenen Regierung, wurde es nun den tansanischen Bauern möglich, den fremden Grossgrundbesitzern das Land zu ‘enteignen’ und die Landwirtschaft wieder selbständig zu führen. Die Landwirte bei uns würden sicher gleich handeln, denn auch bei uns haben sie keine Grossgrundbesitzer oder (wie man früher sagte) Vögte nötig. Uebrigens sind wir Schweizer ja unheimlich stolz, diese einst vertrieben zu haben. Ist das in Ostafrika anders?

Sie schreiben, unser Aktionskaffee sei ‘gestohlene Ware’. War die Gerste der Urner, die sie 1291 assen, gestohlen?“¹⁰⁵

Durch die freche Anrede und Anspielung auf die Unklarheit in Bezug auf die Autorenschaft des Leserbriefs wird diese implizit als feige und unlauter hingestellt. Dann folgt eine

¹⁰³ A. D. Simons, Kritische Bemerkungen?, in: Prättigauer Zeitung, 22. Februar 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

¹⁰⁴ A. D. Simons, Kritische Bemerkungen?, in: Prättigauer Zeitung, 22. Februar 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

¹⁰⁵ Arbeitsgruppe Dritte Welt Schiers, Falschverstandene Wohltätigkeit?, in: Prättigauer Zeitung, 25. Februar 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

antiimperialistische Auslegung der Geschichte Afrikas. Auf den Sozialismus-Vorwurf wird im ganzen Brief nicht eingegangen, was doch einigermaßen verwundert. Die Vergleiche mit der Situation der Schweiz im Mittelalter und die Verwendung des Gründungsmythos der Schweiz erstaunen, zumal sie von entwicklungspolitischer Seite kommen. Es kann vermutet werden, dass damit auch eine gewitzte Provokation bezweckt wird, auf jeden Fall irritieren die Vergleiche mit 1291.

Diesem Artikel folgt wenige Tage später noch einmal eine Präzisierung der *Arbeitsgruppe Dritte Welt Schiers*. Darin wird jetzt endlich auch das Thema Sozialismus aufgegriffen:

„Die Ujamaa-Kaffee-Aktion hat Fragen aufgeworfen, die in aller Sachlichkeit beantwortet werden wollen und sollen. Die 'Kritische Bemerkung' vom 22.2.75 hat ohne Zweifel bei aller Parteilichkeit auch Unsicherheit verbreitet. Tansania geht ja den sozialistischen Weg und dergleichen ist uns im Westen von vorneherein verdächtig.[sic]“¹⁰⁶

Dann wird sehr genau der Unterschied zwischen Kenia und Tansania gezeigt, so werde in Kenia das wirtschaftliche Wachstum gefördert, „aber die Bauern und Arbeiter bleiben arm“¹⁰⁷, ganz anders in Tansania:

„Schwergewicht der wirtschaftlichen Planung hat das Ujamaa-Projekt. Das Land, in dem über 90% noch von der Landwirtschaft leben, soll selbständig, d. h. möglichst unabhängig vom Ausland gemacht werden, und die Verteilung des Volkseinkommens soll dabei den absoluten Vorrang vor dessen Wachstum haben. ... So versteht das Ujamaa-Projekt sein wirtschaftliches Ziel, 'Ujamaa' aber heisst Familiengemeinschaft und durch den Namen soll zum Ausdruck kommen, dass es sich dabei nicht um einen doktrinären und klassenkämpferischen Sozialismus handelt, sondern um eine Staatsgemeinschaft, die anknüpfen möchte an die traditionelle afrikanische Grossfamilie.“¹⁰⁸

Hier verwahrt man sich gegen das, was in Europa unter der Bezeichnung Sozialismus verstanden wird. Dies geschieht ganz ausdrücklich, was uns zeigt, dass sich die *Arbeitsgruppe Dritte Welt Schiers* sehr prononciert dagegen wehren muss, mit „doktrinärem und klassenkämpferischen Sozialismus“ in einen Topf geworfen zu werden. Offenbar sind die Diskurse des Kalten Krieges virulent.

Der Leserbriefschreiber Simons antwortet sehr schnell, sein Brief erscheint am 8. März, geschrieben ist er allerdings am 28. Februar¹⁰⁹, er geht also nur auf die erste Replik der *Arbeitsgruppe* ein:

„Darf ich versuchen, die Arbeitsgruppe Dritte Welt aus ihrem welthistorischen Märchenland [!] auf den Boden der Wirklichkeit zurückzuführen?

¹⁰⁶ Arbeitsgruppe Dritte Welt Schiers, Kaffee aus Kenia oder Tansania?, in: Prättigauer Zeitung, 6. März 1975, in : Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

¹⁰⁷ Ebd..

¹⁰⁸ Ebd..

¹⁰⁹ Das Original des Briefes (datiert 28. Februar 1975) zuhanden der Redaktion der Prättigauer Zeitung befindet sich erstaunlicherweise im Archiv der EvB, zu möglichen Gründen dazu vgl. weiter unten.

Die meisten Stämme, welche die schwarze Bevölkerung des heutigen Tansania bilden, wanderten erst vor rund zwei bis drei Jahrhunderten in diese Gegend ein. Sie sind also ebenso sehr Eindringlinge wie die weissen Siedler, deren Nachkommen neuerdings zwangsenteignet wurden. Mit aber dem Unterschied, dass die schwarzen Stämme gewöhnlich ihre Vorgänger vertrieben oder töteten, die Deutschen oder Engländer dagegen nicht. ...

Nicht nur befreiten die weissen Siedler die schwarzen Einwohner von der Sklaverei: zudem etablierten sie sich grösstenteils in bisher unbesiedelten Gebieten und liessen die Afrikaner in Frieden in ihren Dörfern zu wohnen und ihre eigenen Felder zu kultivieren. In diesem riesigen Land war dies durchaus möglich, und es ist einfach nicht wahr, dass die Weissen den Bauern ihr Land wegnahmen.“¹¹⁰

Dieses Gegengeschichtsbild, das hier von Simons entworfen wird, ist reichlich absurd, die Kolonialmächte töteten sehr wohl¹¹¹, auch ist der Vergleich der afrikanischen Stammeswanderungen mit dem Vordringen der europäischen Staaten nach Afrika schlicht unhaltbar. Das Wesen der Kolonialwirtschaft, das absolut auf den schwarzen Arbeitskräften basierte, wird total missverstanden und falsch dargestellt.¹¹²

Dann geht der Schreibende auf die Regierung seit der Unabhängigkeit und den politischen Ujamaa-Kurs ein:

„Die Handvoll verbissener Sozialisten, welche bei der Unabhängigkeit die Macht zu sich rissen, zwingen heute ihre Untertanen widerwillig aus den Dörfern und weg von ihren eigenen Feldern zu ziehen, um in sogenannten Kooperativen (in Wirklichkeit staatliche Zwangsarbeitslager) zu arbeiten. Die frühere Sklaverei ist also zurückgekehrt. Wenn man, wie die Arbeitsgruppe, von 'Vögten' reden will, dann sind das die heutigen Machthaber. ...

Trotz massiver Wirtschaftshilfe; zunächst von den 'bösen Kolonialisten', neuerdings von den Chinesen geleistet ... und trotz der zurückgelassenen Infrastruktur, haben die Sklavenmeister es fertiggebracht, das Land innert wenigen Jahren zum Rande des Bankrotts zu bringen und dies, obwohl die volkswirtschaftlichen Möglichkeiten an sich ungeheuer gross wären. Aber alle natürlichen Vorteile nützen nichts, angesichts des herrschenden Dogmatismus, Rassismus [sic!] und korrupten Entschlossenheit der Machthaber, in ihren gutbezahlten Stellen zu bleiben. ...

Tansania braucht Unterstützung. Unterstützung verdient dabei nicht das Regime, sondern lediglich die unterdrückte Bevölkerung. Von einem Kaffeeverkauf auf den Strassen des Prättigaus profitieren jedoch nur eine kleine Schicht macht- und geldgieriger Sklavenmeister.

Wohltätigkeit?“¹¹³

Deutlich werden hier die einseitig negative Betrachtung des Landes und die Rhetorik, die den Eindruck eines brutalen Regimes vermittelt, das die Menschen in Tansania knechtet. Die

¹¹⁰ A. D. Simons, Doch falschverstandene Wohltätigkeit, in: Prättigauer Zeitung, 8. März 1975, in : Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2. Hervorhebung und Fehler im Original.

¹¹¹ Vgl. zum Beispiel in Tansania den Maji-Maji-Aufstand von 1905 bis 1907, bei dem in den Kämpfen Tausende umkamen und in der anschliessenden Hungersnot durch die Politik der verbrannten Erde der Deutschen nochmals geschätzte 150 000 Afrikaner starben. Vgl. hierzu Iliffe, John. Tanganyika under German Rule. Cambridge 1969.

¹¹² Vgl. zum Beispiel Wesseling, Hendrik. Teile und herrsche: Die Aufteilung Afrikas 1880-1914. Stuttgart 1999. Vor allem S. 123-144. Für einen Überblick Iliffe, John. Geschichte Afrikas. 2. Auflage. (englische Originalausgabe 1995). München 2003. Zum Kolonialismus darin speziell S. 251-326.

¹¹³ A. D. Simons, Doch falschverstandene Wohltätigkeit, in: Prättigauer Zeitung, 8. März 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2

Motivation des Schreibenden wird nicht klar, allerdings fährt er einen evident antisozialistischen Kurs ohne Differenzierung.

Nun wächst die Sache der lokalen Arbeitsgruppe über den Kopf und so wird die Angelegenheit von der *Arbeitsgruppe Dritte Welt* an eine auswärtige Expertin weitergegeben. Dass dies über die koordinierende Zentralstelle des *Vereins Kaffeeaktion Ujamaa* geschehen ist, ist nicht gesichert, kann aber aufgrund der Quellen im Archiv der *EvB* vermutet werden.¹¹⁴ Am 15. März erscheint ein mehrseitiger Artikel von Dr. Jacinta Dähler, in dem sie, nach einer klärenden Einleitung, auf diverse Vorwürfe seitens Herr Simons eingeht:

„Die Artikel zum Kaffeeverkauf auf den Strassen des Prättigaus haben die Gemüter schon genug erhitzt. Ich möchte aber durch diesen Artikel etwas Klärung schaffen, denn es ist weder für Herrn Simons, noch für die Arbeitsgruppe Dritte Welt leicht, sich von verallgemeinernden Urteilen zu enthalten, weil die Erfahrung fehlt.

Ich arbeitete 17 Jahre ... als Lehrerin an einer öffentlichen Mittelschule in Dar es Salaam und Mahenge ... Ich erlebte mit dem Volke die Schritte aus dem kolonialen Zeitalter zur politischen Unabhängigkeit und zu den Reformen, die es jetzt im grossen Experiment des Tansanischen Sozialismus anstrebt.“¹¹⁵

Im Artikel selber werden sehr sachlich die Vorwürfe der Enteignung, der Umsiedlungen im Zuge der Ujamaa-Landwirtschaftspolitik und der „macht- und geldgierigen Sklavenmeister“¹¹⁶ behandelt. Der ganze Artikel zeichnet sich durch eine genaue Faktenkenntnis und eine sehr unpolemische Schreibweise aus. Dabei ist aber klar, dass die Sympathien der Schreibenden beim tansanischen Sozialismus liegen.

Sehr spannend ist der in der gleichen Ausgabe abgedruckte kurze Brief von Herr Simons, in dem er sich über Belästigungen beklagt:

„Es dürfte Ihre Leser interessieren, dass ich seit der freundlichen Publikation meiner zwei Briefe über die Kaffeeverteil-Aktion einige, teilweise anonyme Telefonanrufe erhalten habe. Diese enthielten z. T. Drohungen, und alle zielten darauf ab, mich dazu zu bewegen, weitere Stellungnahmen in dieser Sache zu unterlassen. Sicherlich werden Sie sich, wie ich selber, allen solchen Einschüchterungsversuchen widersetzen. Gedanken darf man sich allerdings machen, über die weitreichende und offenbar gutgeölte Organisation, welche hinter dieser Aktion steht. Eine regelrechte Kaffee(propaganda)maschine. Anscheinend sind diese unbekannten Leute bereit, sich einiges kosten zu lassen, damit eine einseitige Information erhalten bleibt.“¹¹⁷

¹¹⁴ So schreibt Christoph Hug, Sekretär des Vereins Kaffeeaktion Ujamaa, in einem Brief vom 18. März 1975 an die Redaktion der Prättigauer Zeitung, dem ein Leserbrief beiliegt: „Wir gelangen wiederum mit der Bitte an Sie, ..., folgenden Beitrag abzudrucken.“ Dieses „wiederum“ würde für eine Beteiligung der Kaffeeaktion am Brief von Dr. Jacinta Dähler sprechen. Vgl. Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

¹¹⁵ Dr. Jacinta Dähler, Zur Strassen-Kaffeeaktion, in: Prättigauer Zeitung, 15. März 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2. Fehler im Original.

¹¹⁶ Vgl. oben, A. D. Simons, Doch falschverstandene Wohltätigkeit, in: Prättigauer Zeitung, 8. März 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2. Frau Dr. Dähler spricht von „einer vom Volk gewählten Regierung“, vgl. Dr. Jacinta Dähler, Zur Strassen-Kaffeeaktion, in: Prättigauer Zeitung, 15. März 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

¹¹⁷ A. D. Simons, Tansanischer Kaffeeeklatsch, in: Prättigauer Zeitung, 15. März 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

Hier wird ein Klima der Illegalität rund um die Kaffeeaktion Ujamaa geschaffen, die anonymen Drohungen lassen Assoziationen an Geheimdienste aufkommen. Auch in den Verweisen auf eine „weitreichende Organisation“ klingt ‚Moskaus fünfte Kolonne‘ mit.

Dies wird auch in aller Deutlichkeit von der Trägerorganisation der Kaffeeaktion so wahrgenommen, denn nun tritt der *Verein Kaffeeaktion Ujamaa* selber auf. Der Sekretär Christoph Hug schreibt am 22. März unter dem Titel „Wer macht Kaffeeklatsch?“:

„Herr Simons weiss genau, welche Unterstellungen er der Kaffeeaktion Ujamaa machen muss, damit Sie, liebe Leser, den Eindruck bekommen, hinter der Kaffeeaktion Ujamaa stecke der lange Arm Moskaus [sic!].

...

Herr Simons hat das gute Recht, seine Meinung zur Kaffeeaktion Ujamaa auch im Prättigau zu äussern. Seine Behauptung, die Kaffeeaktion verkaufe ‘gestohlene Ware’, ist unrichtig und verleumderisch. Dieser Vorwurf ist derart gravierend, dass sich die Kaffeeaktion Ujamaa überlegt, eine Klage gegen Herr Simons einzureichen, falls er diese Aeusserung nicht zurücknimmt. Dies habe ich ihm am Telefon sachlich mitgeteilt. Wenn nun Herr Simons jammert, man wolle ihn vor weiteren Stellungnahmen einschüchtern, ist dies irreführend und falsch. ...

Herr Simons tritt als Privatmann auf. Geht es ihm wirklich um das angeblich unterdrückte Volk Tansanias? Oder vertritt er ganz andere Interessen? Woher hat Herr Simons seine Informationen? Herr Simons lässt diese Fragen offen.“¹¹⁸

So klären sich also gewisse Telefonate. Interessant ist die Deutlichkeit, mit der hier schriftlich gekämpft wird, der Ton ist aggressiv und auch Christoph Hug deutet, diesmal hinter Herr Simons, eine versteckt tätige Organisation an. In diesen Verdächtigungen auf Nicht-Offenlegung der Interessenverbündeten beider Seiten zeigt sich meines Erachtens deutlich der Kalte Krieg. Das Drohen mit juristischen Schritten zeigt nur noch deutlicher, wie stark politischer Rufmord in dieser Zeit des politischen Schemadenkens den Erfolg einer solchen Aktion gefährdet. Zur Klage kam es nach meinem Wissensstand nicht, in den Quellen findet sich davon später nichts.

Zusätzlich spannend sind zwei Quellen, auf die ich bei der Recherche im Archiv der *Erklärung von Bern (EvB)* gestossen bin. Es handelt sich dabei erstens um die Kopie eines Briefes von Herr Simons an die Redaktion der Prättigauer Zeitung. Darin schreibt er:

„Ich hoffe, dass Sie mir demnächst Gelegenheit geben werden, mich mit den vielen wichtigen aber unerwähnt gebliebenen Faktoren und den - sicherlich ungewollten - Irreführungen im Beitrag von Sr. Dr. Jacinta Dähler auseinanderzusetzen. Dafür, dass ich dies nicht umgehend tue, hoffe ich auf Verständnis. Schliesslich bin ich nur eine Privatperson, und muss zwischendurch auch meine Existenz verdienen. Ich habe keinen Apparat von Forschern und Propagandisten hinter mir, welcher für jede Angelegenheit einen Experten finden und einen Beitrag zusammenbrauen kann.“¹¹⁹

¹¹⁸ Christoph Hug, Wer macht Kaffeeklatsch?, in: Prättigauer Zeitung, 22. März 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

¹¹⁹ Brief von A. D. Simons an die Redaktion der Prättigauer Zeitung, 16. März 1975, in: Kaffeeordner 2, SozArch Ar 430.27.2.

Neben den gewohnten Seitenhieben gegen die entwicklungspolitischen Organisationen wird wiederum das Bild einer grossen Propagandamaschine bemüht, die die ganze Aktion steuert. Nun stellt sich aber auch die Frage, wie dieser Brief von der Redaktion zur *EvB* kommt.

Dies klärt sich bei der Lektüre eines Briefes der *Kaffeeaktion Ujamaa* an *Brot für Brüder*. Dieser betrifft die Zeitungskontroverse in der *Prättigauer Zeitung* und es wird darin von einem gewissen Herr Dürr gesprochen, der den Lokalredaktor der *Prättigauer Zeitung* gut kenne.¹²⁰ Dieser Herr Dürr tritt auch in einer handschriftlichen Notiz auf der Kopie des Briefes von Herr Simons auf. Da heisst es, der Brief „ging von Redaktion an Dürr, Kontaktmann zur Region Graubünden“ und dieser hat vermerkt „bitte vertraulich behandeln, P. Dürr“.¹²¹ So erklärt sich auch das Vorhandensein eines Originalleserbriefs von Herr Simons im Archiv der *EvB*.¹²²

Sehr abrupt bricht dann die Kontroverse ab, es werden keine weiteren Leserbriefe mehr geschrieben, Herr Simons hat sich offenbar zurückgezogen und so lässt es die *Kaffeeaktion Ujamaa* damit auf sich bewenden.

Doch die Ruhe währte nicht lange, die nächste Diskussion stand bereits vor der Tür.

1.3.2. Flugblätter und das Ost-Institut

Es sollen hier zwei weitere Kontroversen ins Blickfeld gerückt werden. Es soll untersucht werden, wer mit welchen Argumenten hier an der *Kaffeeaktion Ujamaa* Kritik übt. Zum einen ist da eine Flugblattaktion eines Berner Pfarrers gegen die *Kaffeeaktion Ujamaa*, zum anderen der Streit um einen Beitrag im Sonderdruck 10 des *Schweizerischen Ost-Instituts* von Peter Sager.¹²³

Anfangs Juni 1975 zirkulieren in mehreren evangelischen Kirchgemeinden im Kanton Bern zwei anonyme Flugblätter gegen die *Kaffeeaktion*. Diese sind in keinem Archiv auffindbar, so dass ich mich nur auf die Informationen des *Vereins Kaffeeaktion Ujamaa* stützen

¹²⁰ Brief der *Kaffeeaktion Ujamaa* an *Brot für Brüder* in Basel, 18. März 1975, in: *Kaffeeordner 2*, SozArch Ar 430.27.2. Es handelt sich um Paul Dürr, den Verantwortlichen der *Kaffeeaktion Ujamaa* für Graubünden und Mitglied der Arbeitsgruppe Dritte Welt Schiers, vgl. dazu die Broschüre: *Warum eine Aktion mit Solidaritätskaffee 'Ujamaa'?*, (Hg. Verein *Kaffeeaktion Ujamaa*), 1975.

¹²¹ Brief von A. D. Simons an die Redaktion der *Prättigauer Zeitung*, 16. März 1975, in: *Kaffeeordner 2*, SozArch Ar 430.27.2.

¹²² Vgl. Fussnote 111.

¹²³ *Schweizerisches Ost-Institut* (Hg.). *Problematische Verwendung kirchlicher Hilfsgelder und Informationsträger*. (SOI-Sonderdruck 10). Bern 1975. Zur Person von Peter Sager vgl. auch die entsprechenden Seiten im Buch von Bretscher-Spindler, Katharina. *Vom heissen zum kalten Krieg*. S. 364-367. Vgl. auch Frischknecht, Jürg, Haffner, Peter, Haldimann, Ueli, Niggli, Peter. *Die unheimlichen Patrioten: Politische Reaktion in der Schweiz. Ein aktuelles Handbuch mit Nachtrag 1979 – 1984*. 5. erweiterte Auflage. Zürich 1984, S. 585-599

kann.¹²⁴ In einer Erklärung an die kirchlichen Behörden von Stadt und Kanton Bern werden die Unwahrheiten des Flugblattes durch die *Kaffeeaktion Ujamaa* richtiggestellt. Im Flugblatt ist behauptet worden, die *Internationale der Kriegsdienstgegner* und die *Gewerkschaft Kultur, Erziehung und Wissenschaft* seien Mitglieder des *Vereins Kaffeeaktion Ujamaa*. Weiter wurde mit falschen Zahlen die Abrechnung betreffend operiert. So entstand der Eindruck, der Verein hätte sich um Fr. 130'000.- bereichert ("während der Rest vermutlich den Organisatoren verblieb"¹²⁵). Im zweiten Flugblatt wird eine Verbindung zwischen der *Kaffeeaktion Ujamaa* und den Befreiungsbewegungen Afrikas¹²⁶ hergestellt, die völlig fiktiv ist.¹²⁷ Über den Urheber und den weiteren Verlauf wissen wir aus der Quelle:

„Verfasser der beiden Flugblätter ist, wie er selbst zugibt, Pfarrer Robert Rumpf von der Johannesgemeinde Bern. Er streute die kopierten Flugblätter an zahlreiche Personen der evangelisch-reformierten Kirche, von denen er vermutete, dass sie sich gegen diese Informationsaktion mobilisieren liessen. ... Wir bedauern ausserordentlich, dass die Personen, die hinter dieser diffamierenden, verdächtigenden Flugblatt-Aktion stehen, nicht vorher mit der Geschäftsstelle Brot für Brüder oder mit uns direkt Kontakt aufgenommen haben, obschon sie unsere Adresse kannten. Wir sind allerdings dankbar, dass Pfr. Rumpf bereit ist, bei den von ihm bedienten Kreisen eine Berichtigung vorzunehmen und jetzt mit seinem Namen zu dieser Aktion zu stehen.“¹²⁸

Damit war also diese Gegenkampagne durch schnelles Vorgehen im Keime erstickt worden, doch ähnliche Argumente tauchen im Juli des Jahres 1975 im Sonderdruck 10 des *Schweizerischen Ost-Institutes* wieder auf. In dieser Publikation geht es Peter Sager darum, zu zeigen „dass ein Problem des Einsatzes kirchlicher Hilfsgelder und Informationsträger in politischer Richtung tatsächlich besteht. In fast allen westlichen Ländern zeichnet sich eine zunehmende Tendenz von Minderheiten ab, die religiösen und seelsorgerischen

¹²⁴ Ganzer Abschnitt nach: Brief der Kaffeeaktion Ujamaa vom 25. Juni 1975 an die kirchlichen Behörden von Stadt und Kanton Bern und die Verantwortlichen für Entwicklungshilfe und Mission betreffend die anonymen Flugblätter, in: Kaffeeordner 1, SozArch Ar 430.27.1.

¹²⁵ Anonymes Flugblatt, zit. nach: Ebd..

¹²⁶ Gemeint sind wahrscheinlich die Frelimo in Moçambique, die SWAPO in Namibia und die MPLA in Angola, vgl. hierzu auch Heyden, Ulrich van der, Schleicher, Ilona, Schleicher, Hans-Georg (Hg.). Die DDR und Afrika: Zwischen Klassenkampf und neuem Denken. Münster und Hamburg 1993. S. 31-44 und S. 165-173 und Heyden, Ulrich van der, Schleicher, Ilona, Schleicher, Hans-Georg (Hg.). Engagiert für Afrika: Die DDR und Afrika II. (Afrikanische Studien 6). Münster und Hamburg 1994. S. 158-230 und Schleicher, Ilona, Schleicher, Hans-Georg. Die DDR im südlichen Afrika: Solidarität und Kalter Krieg. (Arbeiten aus dem Institut für Afrika-Kunde 97). Hamburg 1997. S. 151-224. Zur Unterstützung dieser Bewegungen durch Tansania vgl. Mayall, James. Africa: The Cold War and after. (International Relations Series 4). London 1971. S. 170 und Kürschner, Frank. Wie sozialistisch ist Tansania? (Stichwörter zur Gesellschaftspolitik 56). Stein bei Nürnberg 1977. S. 83.

¹²⁷ Vgl. zu den Mitgliederorganisationen der Kaffeeaktion Ujamaa das Kapitel 1.1 Die Aktion und ihre Akteure.

¹²⁸ Brief der Kaffeeaktion Ujamaa vom 25. Juni 1975 an die kirchlichen Behörden von Stadt und Kanton Bern und die Verantwortlichen für Entwicklungshilfe und Mission betreffend die anonymen Flugblätter, in: Kaffeeordner 1, SozArch Ar 430.27.1.

Aufgaben der Kirchen durch eine ideologisch ausgerichtete, gesellschaftspolitische Betätigung zu erweitern oder gar zu ersetzen.“¹²⁹

Nun wird behauptet, das Beispiel der Kaffeeaktion Ujamaa zeige das deutlich, da ja viele kirchliche Kreise im Verkauf mitgewirkt haben und drei der Gründungsorganisationen des Vereins christliche Gruppen sind.¹³⁰ Es tauchten wieder obskure Zahlen auf, so wird behauptet:

„Der Ertrag belief sich auf Fr. 296'000.-, wovon Fr. 96'000.- für die Ware bezahlt wurde. Während für die 'Organisation' Fr. 200'000.- (wovon für 'Propaganda' Fr. 70'000.-, zum Teil für Inserate im 'focus') zurückbehalten worden sind.“¹³¹

Für Peter Sager und sein *Ost-Institut* zeigt dieser Fall, „bewusst oder unbewusst Aeusserungen einer revolutionären Haltung innerhalb der Theologie.“¹³²

Sofort wurden in verschiedenen Zeitungen vom *Verein Kaffeeaktion Ujamaa* Gegendarstellungen publiziert, in denen die genannten Zahlen korrigiert und kommentiert werden.¹³³ Es sind diese Zahlen, die den Verein auch veranlassen, nach dem Vorliegen des detaillierten Rechnungsabschlusses am 7. Februar 1976 bei Peter Sager vorzusprechen und ihm seine Fehler aufzuzeigen¹³⁴. Dieser trat darauf nicht ein und verbreitete die Publikation weiter. So wurde zu juristischen Mitteln gegriffen und am 8. Dezember 1976 vor dem Richteramt III in Bern ein Vergleich erzielt. Darin muss Sager seine Zahlen zurücknehmen und dies im nächsten SOI-Sonderdruck publizieren. Es zeigt sich wieder, dass seitens der Kaffeeaktion Ujamaa relativ schnell juristisch gegen Verleumdung vorgegangen wurde.

Es kann also gesagt werden, dass aus kirchlichen Kreisen oder antikommunistischen Organisationen mit entweder politischen Argumenten, zum Beispiel Verbindungen zu klar linken Gruppierungen, oder mit vergleichsweise simplen Unterstellungen im Bezug auf falsche Rechnungen operiert wird. Diese haben zum Zweck, die Glaubwürdigkeit des Vereins und der Kaffeeaktion zu untergraben. Dass dies mit politischen Argumenten geschehen kann und dass darauf in aller Härte und Entschlossenheit reagiert wird, teilweise mit juristischen

¹²⁹ Schweizerisches Ost-Institut (Hg.). Problematische Verwendung kirchlicher Hilfsgelder und Informationsträger. (SOI-Sonderdruck 10). Bern 1975. Zitiert nach S. 1, Hervorhebung im Original.

¹³⁰ Brot für Brüder, der Christliche Friedensdienst und die Katholische Arbeiterbewegung, vgl. dazu Kapitel 1.1. Die Aktion und ihre Akteure.

¹³¹ Schweizerisches Ost-Institut (Hg.). Problematische Verwendung kirchlicher Hilfsgelder und Informationsträger. (SOI-Sonderdruck 10). Bern 1975. S. 16.

¹³² Ebd., S. 20-21.

¹³³ Siehe zum Beispiel: Vorwürfe, die nicht zutreffen, in: Berner Oberländer Nachrichten Thun, 22. August 1975, oder: Ujamaa-Kaffee-Aktion trotz Verleumdung erfolgreich, Entwicklungspolitik mit Kaffee, in: Winterthurer Anzeiger, 15. Juli 1975, in: Presseordner Argus, SozArch Ar 430.80.4.

¹³⁴ Ganzer Abschnitt nach: Ujamaa Kaffee – Aktion. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1976. S. 52-54.

Mitteln, zeigt die mögliche Wirksamkeit einer solchen Diffamierung in einer bipolar nach West und Ost, nach Gut und Böse ausgerichteten Gesellschaft. Dass dies auch in der ‚blockfreien‘ Schweiz spielt, mag zwar verwundern, andere Denkräume waren aber anscheinend nicht vorhanden.

1.4. Der Kaffee Ujamaa bei OS3

In diesem Kapitel soll die Weiterführung und Übernahme des tansanischen Kaffees durch OS3 betrachtet werden. Welche Themen werden hier zur Sprache gebracht? Wird der Ujamaa-Sozialismus angesprochen? Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich von 1977 bis in die heutige Zeit. Der Kaffee ist nämlich heute noch im Sortiment, OS3 heisst mittlerweile *claro fair trade AG* und aus dem Solidaritätskaffee Ujamaa ist der Sofort-Kaffee Baraza Instant geworden ...

Als Ergänzung zur Kaffeeaktion Ujamaa soll ein weiteres Produkt aus Tansania, ein Schwarztee, betrachtet werden. Dadurch können die Ergebnisse und Tendenzen im Beziehungsfeld Schweiz – Tansania in einen allgemeineren Rahmen gestellt werden. Leider kann der Kilimanjaro-Tee nur während seiner Phase bei OS3 betrachtet werden, da er nicht wie der Ujamaa-Kaffee Teil einer speziellen schweizweiten Aktion war.

1.4.1. Weiterführung im Sortiment von OS3

Nach den beiden sehr erfolgreichen Kaffeeaktionen 1975 und vor allem 1976, bei der, wie wir oben¹³⁵ gesehen haben, der Vertrieb und die Auslieferung an die Lokalgruppen schon von der noch sehr jungen *Organisation Schweiz – Dritte Welt*, kurz OS3, übernommen wurde, ging der Kaffee fest ins neue Sortiment von OS3 ein. In einem Informationsblatt heisst es unter dem Titel ‚Lernen durch Produkte?‘:

„Als Brot für Brüder und andere Hilfswerke 1973 – 1977 mit Pulverkaffee ‘Ujamaa’ aus Tansania und Jutetaschen aus Bangladesh die ersten Versuche machten, übertraf das Echo alle Erwartungen. Zahlreiche Kirchgemeinden und Aktionsgruppen scheinen hier ein willkommenes Handlungsangebot für lokale Verkaufs- und Informationsaktionen gefunden zu haben. Doch das setzt die Versorgung mit geeigneten Waren voraus und auch die Erarbeitung der entsprechenden Information. Das könnte kein Hilfswerk allein leisten. Deshalb schlossen sich 15 schweizerische Organisationen im vergangenen Jahr zu einer ‘Import- und Informationsstelle für Waren aus Entwicklungsgebieten’ (OS3) zusammen.“¹³⁶

Kaffee Ujamaa ist also eines der ersten von OS3 vertriebenen Produkte und somit ein Grundstein für den alternativen Handel.

Der Kaffee bleibt eine der wichtigsten Waren im Angebot. In einer von OS3 herausgegebenen Broschüre zuhanden der Kunden wird der Ujamaa-Kaffee und das Land

¹³⁵ Vgl. Kapitel 1.1.3. Wiederholung der Kaffeeaktion 1976.

¹³⁶ Informationsblatt OS3, in: OS3 Info, SozArch Ar 85.4911.

Tansania ausführlich vorgestellt.¹³⁷ Im Zentrum steht ein Interview mit einem Missionar aus Tansania, der den Ujamaa-Sozialismus zehn Jahre nach der Arusha-Deklaration zu beurteilen versucht. Vor allem der bei den Umsiedlungen in die Ujamaa-Dörfer angewandte Zwang wird thematisiert und auch kritisiert. Die Ideen des tansanischen Sozialismus werden in einem kurzen Anhang knapp aber richtig wiedergegeben.

Im Jahr 1983 findet dann eine verstärkte Informationskampagne statt, was sich in einer deutlichen Häufung von Artikeln und Flugblättern bemerkbar macht. In einem Informationsblatt wird auf die Ziele des Verkaufs von Kaffee Ujamaa hingewiesen, „da ist einmal seine qualität. ... da ist auch die entwicklungspolitische überlegung.“¹³⁸ Man könnte meinen, von politischen Gedanken und Information zu Tansania sei nichts geblieben, wenn da nicht die Rückseite dieses Blattes wäre. Da wird über das Experiment Ujamaa berichtet, die Vorzüge dargestellt und Präsident Nyerere zitiert:

„ich bin ein schlechter prophet. 1967 fragte mich eine gruppe jugendlicher, wie lange es denn dauern würde, bis tansania ein sozialistisches land sei. ich dachte dreissig jahre. ich lag falsch: ich bin heute sicher, dass es viel länger dauern wird.“¹³⁹

Hier wird ganz klar, wenn auch pessimistisch, von Sozialismus gesprochen, dieser wird allerdings nicht genauer spezifiziert, Nyerere wird ganz einfach zitiert, man geht von Seiten der Schweizer Organisation offensichtlich von einem gewissen Vorwissen der Leser beziehungsweise Kunden aus. Ganz nüchtern wird dann der Schluss:

„von jenen, die tansania vor ein paar jahren als entwicklungsmodell bejubelt haben, wenden sich heute viele ab. sie glauben, dass tansania seine chancen vertan habe. WAS FÜR CHANCEN HATTE DENN TANSANIA ÜBERHAUPT?“¹⁴⁰

Anscheinend hat man in der Schweiz zu dieser Zeit die Hoffnung ins ostafrikanische Land bereits aufgegeben. In einem welschen Flugblatt, dem offensichtlich das deutsch verfasste Vorbild gestanden hat, finden sich interpretatorische Unterschiede:

„Ujamaa a vécu, si on fait le bilan de tous les espoirs déçus. Cependant, une manière plus réaliste de concevoir Ujamaa se dessine. Une évolution qui mérite aussi notre soutien.“¹⁴¹

Während im Deutschschweizer Blatt der Sozialismus noch thematisiert wird, zeigt sich im welschen eine klare Abkehr von Ujamaa, aber nicht von Tansania. Der Versuch eines „socialisme à la tanzanienne“¹⁴² wird als gescheitert dargestellt.

¹³⁷ Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3). Tansania 79: Zwei Berichte. Sonceboz 1979.

¹³⁸ Café Ujamaa, Juni 1983, in: OS3 Info, SozArch Ar 85.4911. Kleinschreibung im Original.

¹³⁹ Julius Nyerere, zit. nach: Café Ujamaa, Juni 1983, in: OS3 Info, SozArch Ar 85.4911. Kleinschreibung im Original.

¹⁴⁰ Café Ujamaa, Juni 1983, in: OS3 Info, SozArch Ar 85.4911. Klein- und Grossschreibung im Original.

¹⁴¹ café Ujamaa, 1983, französischsprachig, in: OS3: Food Produzenten Tansania: Ujamaa-Kaffee, SozArch Ar 85.5351.

Auch in einem anderen Flugblatt für die Kunden wird auf die Ujamaa-Politik eingegangen, sie wird hier sogar kurzerhand für tot erklärt, bevor dann aber doch Hoffnung geweckt wird auf eine neue Form von Ujamaa, worin diese genau besteht, wird allerdings nicht deutlich:

„ujamaa in der klassischen form ist tot. eine neuere, angepasstere form von ujamma [sic!] zeichnet sich ab. eine form, die auch unsere unterstützung verdient.“¹⁴³

Es bleibt die Unklarheit über diese „neuere, angepasstere Form von Ujamaa“ und darüber, ob sie eine Abkehr vom afrikanischen Sozialismus bedeutet. Es kann allerdings vermutet werden, da vom Sozialismus keine Rede mehr ist.

In eine ähnliche Richtung geht der Artikel in der *OS3 Information* vom Dezember 1983. Nach seiner Reise nach Tansania schickt der damalige Geschäftsleiter einerseits einen Bericht in die Schweiz¹⁴⁴, andererseits schreibt er seine Gedanken unter dem Titel ‚Wie lange dauert unsere Solidarität?‘:

„welchen ausweg haben denn diese länder aus dem teufelskreis der armut? einverstanden, die probleme sind zu gross als dass die patentlösung ein paar importe und verkäufe der dritte welt-läden wäre [sic]. aber trotz entmutigenden perspektiven arbeiten viel tansanier weiterhin mit optimismus an der entwicklung ihres landes. ich habe mit ihnen gesprochen, bei der tanica [Produktionsfirma des Ujamaa-Kaffees in Bukoba, Tansania, d. V.], bei den tea blenders¹⁴⁵ und mit vielen anderen haben wir möglichkeiten abgewogen neue produkte zu starten und die alten auszuweiten. diese leute verdienen unsere solidarität, gerade jetzt und auf längere sicht. WARUM NICHT WIEDEREINMAL TANSANIA ZUM THEMA MACHEN?“¹⁴⁶

Spannend ist hier, dass das Thema Sozialismus nicht auftaucht, auch das Wort Ujamaa wird in beiden Artikeln nur als Markenname für den Kaffee gebraucht. Tansania wird als ‚normales‘ Drittweltland behandelt. Solidarität aus der Ersten Welt ersetzt eigenen Sozialismus. Dies fordert der Autor.

Bezeichnend ist auch das Themenbuch „Kaffee: Gewohnheit und Konsequenz“¹⁴⁷ von 1983, das über die Läden verkauft wird und zur Informationsverbreitung dienen soll. Darin wird das Thema des tansanischen Sozialismus nicht behandelt, das Wort erscheint nicht mehr, es wird nur von „Genossenschaftsdörfern (Ujamaa) und genossenschaftsähnlichen

¹⁴² café Ujamaa, 1983, französischsprachig, in: OS3: Food Produzenten Tansania: Ujamaa-Kaffee, SozArch Ar 85.5351.

¹⁴³ cafe ujamaa, Flugblatt, ca. 1983, in: SozArch 81.1 Z. Kleinschreibung und Schreibfehler im Original.

¹⁴⁴ Heini Conrad, Ujamaa, OS3 Information, November 1983, S. 3, in: OS3 Info, SozArch Ar 85.4911.

¹⁴⁵ Siehe Kapitel 1.4.2. Vergleich mit dem Simba-/Kilimanjaro-Tee.

¹⁴⁶ Heini Conrad, Wie lange dauert unsere Solidarität?, OS3 Information, Dezember 1983, S. 2, in: OS3 Info, SozArch Ar 85.4911. Unterstreichungen, Gross- und Kleinschreibung im Original.

¹⁴⁷ Hadwinger, Peter, Hippler, Jochen, Lotz, Helmut. Kaffee: Gewohnheit und Konsequenz. St. Gallen und Wuppertal 1983. Vgl. auch das Themenbuch Tee; Merzenich, Bernd, Imfeld, Al. Tee: Gewohnheit und Konsequenz. St. Gallen und Köln 1986.

Zusammenschlüssen von Kleinbauern“¹⁴⁸ gesprochen. Über die Politik des Landes wird nur unklar von einem “eigenständigen Weg der Entwicklung, die der Mehrheit des Volkes dienen soll“¹⁴⁹ geschrieben. Offenbar ist es nicht mehr opportun, von Sozialismus zu reden. Dieser Entwicklungsansatz wird im ganzen Buch konsequent verschwiegen und nicht thematisiert. Dies erstaunt doch, da sonst ganz genau recherchiert wurde und Fakten offen auf den Tisch gelegt werden.

Auch auf den Etiketten des Kaffees in den Läden findet sich nichts mehr von Sozialismus. Zwar heisst der Kaffee nach wie vor Ujamaa, die Informationen, die man transportieren will, beschränken sich aber deutlich. So heisst es auf der Aufklebe-Etikette:

„Dieser Kaffee ist kein gewöhnlicher Kaffee. Es geht nicht nur darum, ihn zu verkaufen – auch um Informationen über seine Herkunft, über den Kaffee- und Welthandel, über Auswege aus Hunger und Armut.“¹⁵⁰

Ujamaa ist nur noch ein Name, die politische Ausrichtung wird nicht mehr thematisiert. Allerdings muss hier auch berücksichtigt werden, dass diese Veränderungen in eine Phase des Verkaufs fallen, in der stark auf eine Stammkundschaft von bereits informierten Kunden fokussiert wird.¹⁵¹ Konsequenterweise findet sich in einem internen Papier für die Produzentenauswahl-Kommission von 1987 dann auch die Empfehlung der Abkehr vom Namen Ujamaa, es heisst darin sehr deutlich:

„Seit Beginn der Aktivitäten von OS3 verkaufen wir den Pulverkaffee aus Tanzania unter dem Namen Ujamaa-Kaffee. ... Seit Beginn wird der Tanica-Kaffee [der staatliche tansanische Kaffeeexporteur; d. V.] als Ujamaa-Kaffee verkauft. Ujamaa hat viel von seiner Zugkraft verloren und ist auch in Tanzania kaum noch gebräuchlich. Eine Neubenennung scheint angezeigt.“¹⁵²

Diese Einschätzung ist sehr klar, spannend sind die Begründungen, die einerseits in der „Zugkraft“ in Europa liegen, also in der Käuferschicht und der Dritte-Welt-Bewegung, andererseits in Ostafrika, wo eine Abkehr vom tansanischen Sozialismus Ujamaa festgestellt wird.

Erst 1997 verschwindet dann allerdings der Name Ujamaa wirklich; der ‚neue, alte Kaffee‘ heisst bis heute neutral und ‚unpolitisch‘ Baraza Instant.

¹⁴⁸ Hadwinger, Hippler, Lotz: Kaffee, S. 98.

¹⁴⁹ Hadwinger, Hippler, Lotz: Kaffee, S. 98.

¹⁵⁰ Etikette Cafe Ujamaa, ca. 1985, in: OS3: Food Produzenten Tansania: Ujamaa, SozArch Ar 85.5351.

¹⁵¹ Diesen Hinweis verdanke ich meiner Mutter Fabienne Kuhn-Badet, die von 1980 bis 1992 Mitarbeiterin im Dritte-Welt-Laden Embrach und im Regionallager Zürich war. Die Regionallager dienten als Schnittstelle für die Waren- und Informationsverteilung zwischen OS3 und den Dritte-Welt-Läden.

¹⁵² OS3-Kaffeepolitik – Schwierigkeiten, Perspektiven (Vorlage für die Produzentenauswahl-Kommission (PAK)-Sitzung vom 21.10.1987), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5556.

Wir beobachten also eine allmähliche Abkehr weg von der politischen Idee Ujamaa: Zu Beginn finden sich die Informationen dazu, es wird sehr offen und ehrlich berichtet, Probleme werden angesprochen. Später gilt dann der tansanische Sozialismus als gescheitert, man schreibt nicht mehr darüber, Tansania wird ein Entwicklungsland unter vielen. Mit der Namensänderung wird Ujamaa dann definitiv begraben.

1.4.2. Vergleich mit dem Simba-/Kilimanjaro-Tee

Seit 1978 führt OS3 in den Drittweltläden neben dem Kaffee aus Tansania auch ein Teegemisch von den Hängen der Usambaraberge, aus dem Nordwesten des Landes und aus der Gegend des Malawisees, im Sortiment. Dieser Tee wird direkt von den halbstaatlichen *Tanzania Tea Blenders* gekauft und in die Schweiz importiert, wieder wurde so der Zwischenhandel ausgeschaltet, um den Produzenten einen fairen Preis zu zahlen. Der Tee stammt sowohl von staatlichen Plantagen als auch von über 30'000 Kleinbauern.¹⁵³ Bei OS3 ist der gleiche Tee unter verschiedenen Handelsnamen im Angebot, zuerst heisst er ‚Simba-Tee‘ später ‚Kilimanjaro-Tee‘: dies ist für uns nicht weiter von Bedeutung, festzuhalten ist aber, dass der Tee nicht wie der Kaffee nach einer sozialistischen benannt wird, sondern einen sehr unverfänglichen tansanischen Namen hat.¹⁵⁴

Welche Informationen werden transportiert? Wird die Ujamaa-Idee überhaupt thematisiert? Welche Themen erscheinen in den Kundeninformationen?

Auf dem der Packung beiliegenden Kundenblatt wird im Januar 1982 zum Herkunftsland des Tees geschrieben:

„Als Tanganjika 1961 politisch unabhängig wurde, zählte es zu den ärmsten Ländern der Welt. Dieses Erbe loszuwerden, begann Tansania seine eigene Entwicklung. Ihr Kern: die Politik des Ujamaa-Sozialismus (Gleichheit aller Menschen und Vertrauen auf die eigene Kraft). Seine Erfolge – trotz mancher Rückschläge – können sich sehen lassen, wenn auch noch viel zu tun ist. Das Leben des Volkes ist insgesamt leichter geworden. Seit 1978 hat fast jedes Dorf eine einfache Volksschule, die 9 von 10 Kindern besuchen. Die meisten Menschen können zu Fuss erreichbar Erste Hilfe erhalten. Die Landwirtschaft konnte in den letzten Jahren mehr produzieren.“¹⁵⁵

Es wird hier deutlich von „Sozialismus“ gesprochen, was für eine Kundeninformation doch erstaunt. Die negativen Aspekte und Probleme werden mit den Worten „manche Rückschläge“ zwar angetönt, aber nicht explizit gemacht, die positiven Seiten hingegen werden genau benannt.

¹⁵³ Vgl. hierzu Merzenich, Bernd, Imfeld, Al. Tee: Gewohnheit und Konsequenz. St. Gallen und Köln 1986, S. 149-156 und Food-Produzenten Tansania: Tee, SozArch Ar 85.5355.

¹⁵⁴ Simba heisst auf Suaheli Löwe, während der höchste afrikanische Berg Kilimanjaro (5895m) allen ein Begriff sein dürfte.

¹⁵⁵ Kundenblatt, Januar 1982, in: OS3: Food-Produzenten Tansania: Tee, SozArch Ar 85.5355.

In der monatlich erscheinenden und an den Verkaufsstellen aufliegenden *OS3 Information* wird der Kilimanjaro Tee als „Produkt des Monats“ behandelt. Dabei wird das Thema des tansanischen Sozialismus unter dem Titel „Ujamaa – das Ende einer Utopie?“ mit grosser Ehrlichkeit und Offenheit angesprochen:

„Grosse Hoffnungen hatte der von Julius K. Nyerere konzipierte afrikanische Sozialismus geweckt – und genauso gross scheinen heute die Enttäuschungen zu sein, weil sich die Erwartungen offensichtlich nicht erfüllt haben.“¹⁵⁶

Auch in einem von *OS3* mitproduzierten und über die Läden vertriebenen Themenbuch „Tee: Gewohnheit und Konsequenz“¹⁵⁷ werden viele Probleme offen dargelegt, so zum Beispiel das Dilemma, „dass die *Tanzania Tea Authority* weder als sozialistisch noch als alternativ eingestuft werden kann [und] dass auch die *Tanzania Tea Blenders* ein ‘Schattenunternehmen’ von Brooke Bond bzw. von Unilever ist ...“¹⁵⁸ So kommt man dann 1990 im „Teeblatt“, einer Kundenbeilage, zum Schluss:

„Das ist tansanische Wirklichkeit, und kein Europäer hat das Recht, dies vorschnell zu verurteilen. Das ist von grosser Bedeutung für Käufer und Konsumenten von ‘Café ujamaa’ und ‘Kilimanjaro-Tee’. Nicht aus Selbstgerechtigkeit und sozialistischer Schadenfreude [sic] wollen diese Produkte unterstützt sein. Sie sind wie ein schmaler Faden der Solidarität, der uns immer wieder in die schweren Widersprüche eines ‘Entwicklungs’-landes auf dem Weg in eine neue Politik und Wirtschaft verstrickt. Kauf bedeutet eine Sympathieerklärung für das tansanische Volk und die Bauern ...“¹⁵⁹

Diesem Grundtenor der Offenheit und Bereitschaft, komplexe Sachverhalte auch als solche zu begreifen, begegnen wir also auch beim tansanischen Tee. Der Artikel im „Teeblatt“ schliesst mit:

„Die Lage in Tansania darf nicht eindimensional und negativ beurteilt werden. Ehrlich ist Nyereres Aussage: ‘Wir haben Probleme zu überwinden und viele Fehler zu korrigieren. Aber wir bewegen uns in die richtige Richtung.’“¹⁶⁰

Erstaunlich bei so viel Kritik und Ehrlichkeit ist das Aufrechterhalten des Vertrauen in die Richtigkeit des politischen Weges und in die Person Nyereres. Offenbar geniesst Tansania auch 1990 in entwicklungspolitischen Kreisen immer noch einen beträchtlichen Rückhalt. Ob es wirklich stimmt, dass sich „viele Europäer, die ihre Träume von einer sozialistischen

¹⁵⁶ *OS3 Information*, Juli/August 1988, Nr. 103, S. 3/4, in: *OS3 Info*, SozArch Ar 85.4911.

¹⁵⁷ Merzenich, Bernd, Imfeld, Al. Tee: Gewohnheit und Konsequenz. St. Gallen und Köln 1986. Vgl. auch das Themenbuch Kaffee; Hadwinger, Peter, Hippler, Jochen, Lotz, Helmut. Kaffee: Gewohnheit und Konsequenz. St. Gallen und Wuppertal 1983.

¹⁵⁸ Merzenich, Bernd, Imfeld, Al. Tee: Gewohnheit und Konsequenz. St. Gallen und Köln 1986. S. 155.

¹⁵⁹ Teeblatt, S. 12, Herbst 1990, in: Food-Produzenten Tansania: Tee, SozArch Ar 85.5355.

¹⁶⁰ Teeblatt, S. 12, Herbst 1990, in: Food-Produzenten Tansania: Tee, SozArch Ar 85.5355.

Gesellschaft in Tansania verwirklicht sahen, ... sich in den letzten Jahren zweifelnd oder enttäuscht vom Land ab[wandten]“¹⁶¹?

Beim Vergleich des Kilimanjaro-Tees mit dem Ujamaa-Kaffee wird zu Beginn eine klare Thematisierung der 'sozialistischen Gesellschaft' deutlich. Man scheut sich nicht vor einer Verwendung des Begriffs Sozialismus. Dies geschieht weitgehend ausserhalb der Kalten Krieg-Rhetorik. Der Informationsfluss zeichnet sich durch Offenheit und Kritikfähigkeit aus, dabei zeigt sich der grosse Sympathiebonus und -vorschuss, den das Land Tansania geniesst und der immer noch nachwirkt. Erstaunlicherweise wird das Thema des Ujamaa-Sozialismus beim Kaffee gleichen Namens weniger thematisiert als beim Tee mit dem neutralen Namen.

¹⁶¹ Tansania: Kaffee und Tee, Dezember 1990, in: OS3: Food Produzenten Tansania: Tee, SozArch Ar 85.5355.

2. Der Nicaragua-Kaffee 1980 - 1990

In diesem Kapitel steht der Kaffee aus Nicaragua im Zentrum, der seit 1980 über die Importgenossenschaft OS3 in die Schweiz importiert wurde. Die Untersuchung endet aus Gründen der Fragestellung um 1990, es findet sich auch in den Quellen mit den Wahlen und dem darauf folgenden Regierungswechsel und der geänderten Politik Nicaraguas eine Zäsur. Diesen Wandel werde ich nicht untersuchen, allerdings soll die Jubiläumsbroschüre von 1989 genauer betrachten werden.¹⁶²

In einem ersten Teil sollen kurz die Ziele und Hintergründe des Verkaufs von Kaffee aus Nicaragua dargestellt werden, bevor dann in einem zweiten Teil die Kundeninformationen auf eine Positionierung befragt werden. Dabei interessiert immer auch, welche Kundschaft angesprochen wird, sowie welche Informationen über das Land vermittelt werden. Wie wird über das sandinistische Nicaragua berichtet? Wie wird der Krieg gegen die antisandinistische Gegenguerilla, die Contras, eingeschätzt? Wird in diesem Konflikt Stellung bezogen? Mit welchen Argumenten? An welche Kundschaft richten sich die Informationen? Wird eine breitere Öffentlichkeit angesprochen oder nur die Zentralamerika-Solidaritäts-Bewegung?

Es gehört, wie wir bereits wissen, zu der Verkaufsstrategie von OS3 und den Dritte-Welt-Läden, regelmässig aktualisierte Hintergrundinformationen zu den verkauften Produkten und ihrer Herkunft zu liefern. Beim vorliegenden Untersuchungsgegenstand, dem Nicaragua-Kaffee, ist die Beobachtung der Veränderungen in der Information besonders ergiebig, daher werde ich die Info-Blätter, die hier in kurzen Abständen überarbeitet wurden, genau nach diesen veränderten Inhalten befragen.

Nicaragua ist ein Land, das von 1912 bis 1933 faktisch von den Vereinigten Staaten regiert wurde, obwohl es seit 1821 formell unabhängig. Erst die Guerilla-Bewegung um Auguste Cèsar Sandino¹⁶³ hatte militärisch eine nationale Befreiung erreichen können.¹⁶⁴ Diese wurde

¹⁶² Vgl. dazu das Kapitel 2.2.2. „10 Jahre Nicaragua libre – 10 Jahre Solidarität“ – die Bewegung zieht Bilanz.

¹⁶³ Vgl. zur Geschichte Nicaraguas zwischen Kaffee und Bananen auch die entsprechenden Seiten im Buch von Galeano, Eduardo. Die offenen Adern Lateinamerikas, S. 184-186.

¹⁶⁴ Ganzer Abschnitt nach Nicaragua, in: Lexikon Dritte Welt. (Hg. Dieter Nohlen). Vollst. überar. Neuauflage. Reinbek bei Hamburg 2002. S. 608-611 und Krennerich, Michael. Nicaragua. In: Handbuch der Dritten Welt. (Hg. Dieter Nohlen und Franz Nuscheler). 3. Auflage. Bd. 3 Mittelamerika und Karibik. Bonn 1995. S. 208 – 243. Vgl. zur Bedeutung Nicaraguas für die Dritte-Welt-Bewegung in Deutschland Balsen und Rössel: Hoch die internationale Solidarität, S. 393-454 und Olejniczak: Dritte-Welt-Bewegung, S. 142-154. Die Literatur zu Nicaragua ist sehr breit, allerdings häufig stark ideologisiert. Überblicksartig und sehr detailliert auf die sandinistische Politik eingehend vgl. Dietrich, Wolfgang. Nicaragua: Entstehung, Charakter und Hoffnung eines neuen Weges. 3. erw. u. aktual. Auflage. Heidelberg 1988. Spannend mit Bezug zur Kaffeethematik ist Alder, Marlies, Roth Thomas. Jetzt da du frei bist ...: Kaffeepflückerinnen in Nicaragua: Begegnungen, Gespräche, Erlebnisse, Bilder. Basel 1987.

allerdings bald durch die Familiendiktatur Somoza abgelöst, die bis 1979 dauerte. Grosse Teile des Landes befanden sich im Privatbesitz des Familienclans. Seit 1961 bildete sich eine Guerilla-Organisation, die sich im Andenken an Sandino, *Frente Sandinista de la Liberacion Nacional (FSLN)* nannte. Diese war von der kubanischen Revolution beeinflusst und marxistisch ausgerichtet. Durch ein Bündnis mit breiten politischen Partnern und durch einen Volksaufstand wurde die Somoza-Diktatur im Juli 1979 gestürzt. Die *FSLN* übernahm die Macht und damit geriet Nicaragua ins Spannungsfeld des internationalen Kalten Krieges.¹⁶⁵ Durch die Vereinigten Staaten, die in Nicaragua und seiner sozialistischen Politik eine Gefahr für die anderen Staaten Zentralamerikas sahen, wurden eine bewaffnete Gegenguerilla aufgebaut, die *Contras*, die vor allem vom Staatsgebiet Honduras' aus operierten. Durch diesen verdeckten Krieg, verbunden mit Wirtschaftssanktionen, allerdings auch durch interne Schwierigkeiten und teilweise undemokratische Zustände¹⁶⁶, geriet Nicaragua zusehends in eine schwierige Lage, so dass bei den Wahlen 1990 die *FSLN* verlor und damit das sandinistische Experiment in Nicaragua beendet war. Die Leistungen der Sandinisten, gerade auf dem Gebiet der Volksalphabetisierung und der Grundbedürfnisbefriedigung der Bevölkerung sind unbestritten.

2.1. „Den neuen Aufbau stärken!“ – Kaffee aus Nicaragua

Seit 1980 hat OS3, in Zusammenarbeit mit der bundesdeutschen Importgesellschaft *gepa*¹⁶⁷, den Kaffee der staatlichen nicaraguanischen Kaffeeexportgesellschaft *Encafé* direkt ohne Zwischen- oder Börsenhandel in die Schweiz importiert. Dieser Kaffee wurde über das traditionelle Verteilnetz der Fair-Trade-Bewegung, über die Dritte Welt-Läden und andere vergleichbare Läden verkauft. Dabei wurde den Kaffeeproduzenten in Nicaragua ein Preis gezahlt, der sich immer 10 % über dem aktuellen Weltkaffeepreis bewegte. Zugleich wurde 1981, nach dem massiven Einbruch des Weltkaffeepreises, beschlossen, den Verkaufspreis in der Schweiz bei 4 Franken für einen 250 Gramm Beutel zu stabilisieren. Der dabei erzielte

Eine in der Mentalität des Kalten Krieges gehaltene Zusammenstellung seiner Berichte präsentiert der NZZ-Korrespondent Robert F. Lamberg. Nicaragua: Von Somoza zu Ortega: Der hürdenreiche Aufbau einer tropischen „Volksrepublik“. Zürich 1985. Sehr engagiert berichtet auch Rey, Romeo. Zehn Jahre Grausamkeit oder die Erdrosselung Lateinamerikas. Reinbek bei Hamburg 1983. Zu Nicaragua vgl. v. a. die Seiten 81-85 und S. 271-292.

¹⁶⁵ Zur sowjetischen Politik und Haltung gegenüber Nicaragua vgl. Paszyn, Danuta. The Soviet Attitude to political and social change in Central America, 1979 – 1990: case studies on Nicaragua, El Salvador and Guatemala. New York 2000.

¹⁶⁶ Eine sehr kritische Haltung gegenüber der FSLN zeichnen Appunn, Detlev, Röder, Hans-Joachim. Nicaragua: Revolution ohne Ende. München 1984. Auch das stark ideologische Buch von Martin Kriele. Nicaragua - das blutende Herz Amerikas. München 1985 hat für grosses Aufsehen gesorgt.

¹⁶⁷ Die Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt (*gepa*), gegründet 1975, stellt das deutsche Pendant zu OS3 dar. Vgl. dazu Der Dritte Welt Laden. (Hg. Arbeitsgemeinschaft Dritte Welt Läden). Darmstadt 1980. S. 94-107. Vgl. auch Olejniczak: Dritte-Welt-Bewegung, S. 123.

Differenzbetrag wurde in einen „Solidaritätsfonds“¹⁶⁸ eingezahlt, der zusätzlich an Nicaragua überwiesen wurde, im Jahre 1983 zum Beispiel 30'000 Schweizer Franken an die *unag*¹⁶⁹, die „Vereinigung der kleinen und mittleren Bauern“, die damit „Bildungskurse für Bauern organisiert“.¹⁷⁰ So heisst es dann auch stolz in einem Flugblatt:

„ALLES IN ALLEM BEZAHLTEN WIR NICARAGUA IM KAFFEEJAHR 1981/1982
18% MEHR PRO SACK KAFFEE! DARUM IST FÜR SIE UNSER KAFFEE TEURER!
BEI UNS BEZAHLEN SIE – UND NICHT DIE KLEINBAUERN IN NICARAGUA!“¹⁷¹

Sehr interessant ist, dass die Bewegung beim Nicaragua-Kaffee, neben den Hinweisen auf die Herkunft, die ich anschliessend untersuchen möchte, auch auf die Natürlichkeit des Kaffee eingeht. So wird von „unverfälschtem Kaffee“ gesprochen, weil der Kaffee nicht mit verschiedenen Sorten vermischt wurde, um einen gleich bleibenden Geschmack zu gewährleisten.¹⁷² Diese Praxis wurde bewusst weggelassen, um so den Kunden des Nicaragua-Kaffees einen Kaffee zu bieten, „so wie er in Nicaragua von Tausenden von Kleinbauern sorgfältig gepflegt und geerntet wurde“¹⁷³:

„kaffee ist ein naturprodukt, darum sind geschmacksveränderungen unvermeidbar. Sie kennen solche schwankungen ja zum beispiel auch beim wein. Beim kaffee werden diese schwankungen normalerweise ‚weggemischt‘. der konsument gewöhnt sich so an ‚seinen‘, gleichschmeckenden kaffee ... wir verzichten auf die beimischung von oft billigeren qualitäten und bieten ihnen einen hochwertigen, unvermischten arabica-kaffee in zwei verschiedenen röststufen: kaffee-nicaragua: eine helle röstung und die dunklere, stärkere röstung: kaffee aus nicaragua/espresso. kaffee aus nicaragua ist unverfälschter kaffee.“¹⁷⁴

Hier wird klar an das Qualitätsbewusstsein der Konsumenten appelliert, der Kaffee aus Nicaragua wird in Werbemanier als Gourmetkaffee präsentiert, der nicht nur wegen seiner

¹⁶⁸ Kaffee aus Nicaragua: Den neuen Aufbau stärken! (Flugblatt 1983), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5556.

¹⁶⁹ Unión Nacional de Agricultores y Ganadores (UNAG): Sandinistischer Kleinbauernverband, in dem ein guter Teil der kleinen und mittelgrossen Bauern organisiert war. Vgl. dazu Krennerich, Michael. Nicaragua. In: Handbuch der Dritten Welt. (Hg. Dieter Nohlen und Franz Nuscheler). 3. Auflage. Bd. 3 Mittelamerika und Karibik. Bonn 1995. S. 236.

¹⁷⁰ Kaffee aus Nicaragua: Den neuen Aufbau stärken! (Flugblatt 1983), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5556. Vgl. dazu auch: Kaffee aus Nicaragua: Ein ungewöhnlicher Kaffee (Flugblatt 1984), in OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

¹⁷¹ Kaffee aus Nicaragua: Ein ungewöhnlicher Kaffee (Flugblatt 1984), in OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557. Grossschreibung im Original.

¹⁷² Vgl. zur Kaffeeverarbeitung der Konzerne und zur Praktik des Mischens: Hadwiger, Hippler, Lotz: Kaffee. Gewohnheit und Konsequenz, S. 14-17.

¹⁷³ Kaffee aus Nicaragua: Den neuen Aufbau stärken! (Flugblatt 1983), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5556.

¹⁷⁴ Kaffee aus Nicaragua: Ein ungewöhnlicher Kaffee (Flugblatt 1984), in OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557. Kleinschreibung, Hervorhebung und Auslassung im Original.

Herkunft sondern auch wegen seiner Qualität und wegen seines Geschmacks vorzuziehen sei. Diese Verbindung von Anliegen des Fairen Handels und hohen Ansprüchen an die Qualität hat OS3 und die heutige *claro fair trade AG* immer begleitet und teilweise auch erhebliche Schwierigkeiten bereitet, und zeigt sich hier in den Quellen sehr schön.

2.2. „Solidaritätskaffee“ – Kundeninformationen und Broschüren

Schon die optische Aufmachung des Kaffees zeigt eine klare Positionierung der Fair-Handels-Bewegung: Die Verpackungsbeutel für den Nicaragua-Kaffee sind nämlich in den Farben Rot und Schwarz gehalten, den Farben der sandinistischen Befreiungsbewegung und späteren Regierungspartei *FSLN*.¹⁷⁵ Zusätzlich zu diesem starken Symbol sind zwei Hände dargestellt, die Erde mit einem Sprössling darin tragen. Diese Abbildung stellt den Aufbau Nicaraguas dar und wurde auch von weiteren Zentralamerika-Solidaritätsgruppen verwendet, so zum Beispiel von der *Revolutionären-Marxistischen Liga* in ihrem Bändchen von 1980 über „Die Revolution in Nicaragua“.¹⁷⁶ Dies zeigt schon durch die Bildsprache eine Positionierung, durch die Verwendung der gleichen Symbole wird nämlich eine Verbindung hergestellt, in diesem Fall zu einer ganz klar weit links sich positionierenden Gruppierung.

Auf dem frühen Beutel ab 1980 wird noch explizit auf die Entwicklung in Nicaragua eingegangen. Unter dem Titel „Kaffee aus Nicaragua: Den neuen Aufbau stärken“ heisst es ziemlich pathetisch:

„Das Volk von Nicaragua hat begonnen, einen eigenen Weg zu einer menschlichen Existenz zu gehen. Mit dem Sturz des Somoza-Regimes hat nach Jahrzehnten der Demütigung, des Hungers und der blutigen Unterdrückung eine lange Zeit des Grauens ihr Ende gefunden. Schwer lastet diese traurige Vergangenheit auf den Menschen dieses Landes.

Um das riesige Elend zu beseitigen, muss nun das ganze Volk hart arbeiten. Wenn es dabei einiger bleibt, kann der Aufbau einer neuen Gesellschaft gelingen.

Die Ziele: Nahrung, Arbeit, Bildung, Gesundheit, Wohnung und Freiheit von Angst für alle. Nicaragua hat – wie jedes andere Land der Welt – das Recht selber zu bestimmen, wie es seine Angelegenheiten regeln will. Dieses Recht anzuerkennen sollte für alle anderen Staaten selbstverständlich sein. Nicaragua ist bereit, sein Selbstbestimmungsrecht mit allen Mitteln zu verteidigen.“¹⁷⁷

Diese Mischung aus revolutionärem Pathos, zurückhaltendem Optimismus und kämpferischen Tönen zum Schluss ist sehr aussagekräftig. Deutlich wird eine klare Absage an die Somoza-Diktatur und eine vorsichtiges Begrüssen der neuen Regierung und ihrer Ziele. Diese Ziele werden in allgemeinen Begriffen aufgezählt und nicht von einem

¹⁷⁵ Vgl. die originalen Kaffeebeutel von 1980 und ca. 1982, die in den Texten verschieden sind, farblich und betreffend Bildsprache jedoch identisch, in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

¹⁷⁶ Die Revolution in Nicaragua. (Hg. Revolutionäre Marxistische Liga (RML)). Zürich 1980. Vgl. da die Abbildung auf S. 29.

¹⁷⁷ Kaffeebeutel von 1980, in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

ideologischen Etikett begleitet. Hier zeigt sich der Versuch der Dritte-Welt-Bewegung, einen „Dritten Weg“ zu finden, zwischen Kapitalismus und dem real existierenden Sozialismus. Diese verbale Zurückhaltung gegenüber der sandinistischen Revolution, die nirgends explizit genannt wird, ist auffallend; sie ist jedoch verbunden mit einem resoluten Eintreten für das Selbstbestimmungsrecht Nicaraguas, was eine klare Zurückweisung der US-Politik bedeutet. Der Titel wiederum; „den neuen Aufbau stärken“, zeigt die klare Unterstützung für die neue Regierung.

In den dreisprachigen Texten auf dem späteren Kaffeebeutel wird der Kaffee ganz klar als „Solidaritätskaffee“¹⁷⁸ bezeichnet. In einem kurzen Text wird dann auf die politische Entwicklung Nicaraguas eingegangen, wobei es knapper heisst:

„Seit 1979 sucht das kleine Volk von Nicaragua mit grossem Einsatz einen eigenen Weg zu gehen.“¹⁷⁹

Mit dem unklaren Hinweis auf den „eigenen Weg“ und der Nichtbenennung der sandinistischen Revolution werden für den Kunden Informationen zurückgehalten. Als Grund für diese Zurückhaltung könnte hier ein befürchteter Einbruch im Verkauf vermutet werden, falls der Kaffee klar als sandinistisch-sozialistisch bezeichnet würde. Allerdings könnten die Aktivisten auch davon ausgegangen sein, dass die Öffentlichkeit über Nicaragua bereits genug informiert ist und deshalb die Informationen weglassen. Wenn hier aber die ideologischen Kämpfe über die Berichterstattung über Nicaragua in der Schweiz mitgedacht werden, muss doch eher angenommen werden, dass der Text auf dem Kaffeebeutel aus Gründen der Verkaufstaktik bewusst unpolitisch gehalten ist. Mit dem Hinweis auf „das kleine Volk“ sollen meiner Meinung nach Sympathien für Nicaragua über Parallelen zur Schweiz geschaffen werden.

Wenn dieser „eigene Weg“, wie oben dargelegt, nicht so klar beleuchtet wird, so ist doch die Tatsache, dass man ihn unterstützen will, nie in Frage gestellt:

„Seit 1980 importieren wir Kaffee aus Nicaragua. Wir garantieren Nicaragua einen Mindestpreis und zahlen 10 % mehr als den offiziellen Weltmarktpreis. So wollen wir Nicaraguas Entwicklung unterstützen.“

Natürlich beschränkt sich die Solidarität nicht nur auf den Genuss dieses Kaffees. Aber vielleicht regt dieser Kaffee dazu an, sich vermehrt für Nicaragua zu interessieren. Damit Freiheit möglich bleibt, braucht Nicaragua unsere Solidarität. Gerade auch jetzt!“¹⁸⁰

Den Hinweis auf vermehrtes Interesse für Nicaragua deute ich als Versuch einer Verbindung der Fair-Trade-Kundschaft mit den Zentralamerika-Solidaritäts-Gruppen. Sehr spannend ist auch der Schluss, der eine akute Bedrohung Nicaraguas evoziert und so zu Unterstützung

¹⁷⁸ Kaffeebeutel von ca. 1982, in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

¹⁷⁹ Kaffeebeutel „Kaffee aus Nicaragua“, in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

¹⁸⁰ Kaffeebeutel von ca. 1982, in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

aufruft. Hier zeigt sich das Selbstverständnis der Bewegung, die ihre Arbeit als sehr essentiell für das sandinistische Nicaragua einschätzt. Dem werden wir noch häufig begegnen.

Auf einer Broschüre von 1981 stellt OS3 direkt eine Verbindung zu Zentralamerika-Solidaritätsgruppen her, es wird nämlich dem *Nicaragua/El-Salvador-Komitee* Platz für eine Vorstellung zur Verfügung gestellt.¹⁸¹ Damit wird eine Verknüpfung der verschiedenen Gruppen innerhalb der sehr heterogenen Dritte-Welt-Bewegung angestrebt, über den Kaffee soll die Fair-Trade-Kundschaft auch zu Zentralamerika-Solidarischen werden. Dies ist insofern bemerkenswert, weil sich diese Zentralamerika-Gruppierungen traditionell sehr weit links positionieren und zum Beispiel den bewaffneten Befreiungskampf in Zentralamerika gutheissen und auch direkt unterstützen. Durch die diskursive Verbindung zum *Nicaragua/El-Salvador-Komitee* zeigt sich also eine Positionierung und damit eine mögliche Abkehr von einer potentiellen breiten Kundensicht. Dass dies nur auf diesem Flugblatt geschieht und sonst nirgends in den Kundeninformationen direkt auf die Zentralamerika-Solidaritätsgruppen hingewiesen wird, deute ich auch als Zeichen, dass mit eben dieser Verbindung allenfalls eine zu starke Positionierung einhergeht, daher wurden auch, wie wir gesehen haben, nur noch sehr vage Hinweise zum Beispiel auf den Kaffeebeutel von 1982 gedruckt.

In dieser Broschüre findet sich auch eine klarere Thematisierung der Revolution von 1979 und der sandinistischen Ziele als auf den Kaffeebeuteln. So wird Daniel Ortega¹⁸² zitiert, es wird offen von der „Revolution“ gesprochen und die Alphabetisierungskampagne unter der Führung des Priesters und Kulturministers Ernesto Cardenal wird lobend erwähnt. Weiter werden die Leistungen des Landes gewürdigt:

„Revolution heisst nun arbeiten. Heute sind die sichtbaren Kriegsschäden beseitigt. Es ist erstaunlich, was an Wiederaufbau geleistet wurde. Die neue Regierung Nicaraguas begnügt sich nicht damit, bloss den Zustand vor dem Krieg wiederherzustellen. Ein unterentwickeltes, durch grosse soziale Gegensätze gekennzeichnetes Land wird gemeinsam neu gestaltet. Der Sieg über Somoza war nur ein Anfang: nun wird Krieg geführt gegen die Armut, Unwissenheit und soziale Ungerechtigkeit. ... Das Volk von Nicaragua hat begonnen, einen eigenen Weg zu einer menschlicheren Existenz zu gehen. Es ist ein langer Weg, mit harter Arbeit verbunden, der mit Begeisterung und grosser Entschlossenheit in Angriff genommen wurde. Mit dem Kauf dieses Kaffees können Sie die eigenständige Entwicklung dieses Landes unterstützen.“¹⁸³

In einem speziellen Informationsdossier „café du nicaragua“ der Westschweizer Dritte Welt-Ladenvereinigung *Magasins du Monde* wird im November 1981 das Land und der

¹⁸¹ Kaffee aus Nicaragua. Den neuen Aufbau stärken! (Broschüre OS3 1981), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

¹⁸² Daniel Ortega war einer der führenden Revolutionäre der FSLN und von 1984 bis zu den Wahlen im Jahre 1990 Präsident Nicaraguas.

¹⁸³ Kaffee aus Nicaragua. Den neuen Aufbau stärken! (Broschüre OS3 1981), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

Kaffee auf 25 Seiten ausführlich vorgestellt. Die Ziele des Kaffeeverkaufs werden in der Devisengenerierung für den Wiederaufbau des Landes gesehen:

„En choisissant de boire du café Nicaragua dès aujourd'hui, vous soutenez concrètement le Nicaragua, en lui procurant ces devises étrangères si indispensables à la reconstruction du pays“¹⁸⁴

Danach folgen breite Ausführungen über den Kaffeeanbau und den Kaffeeweltmarkt bevor dann auf die Geschichte Nicaraguas und auf die politische Situation Nicaraguas eingegangen wird. Dies geschieht sehr kritisch und mit Distanz, so werden neben den „bénéfices de la révolution“¹⁸⁵, wie der Alphabetisierung, der Abschaffung des Terrorregimes von Somoza, der Landreform und der Verbesserung der Gesundheitsversorgung, auch die „problèmes et conflicts“ besprochen. Dies ist sehr spannend und soll hier genauer untersucht werden, handelt es sich doch dabei um die einzige Quelle der Bewegung, bei der distanzierte Kritik einen so breiten Raum findet.

Zuerst wird im Informationsdossier die „opposition intérieure“ vorgestellt und Kritik an der regierenden *FSLN* angebracht, allerdings wird auch diese Opposition sehr kritisch betrachtet:

„Selon de nombreuses rumeurs, les membres de l'opposition bourgeoise et des syndicats ouvriers (social-chrétien, communiste, etc.) seraient vite qualifiés de somozistes ou d'agents de la CIA s'ils s'opposent au FSLN. ... De l'autre côté, en 1980 déjà, des groupes anti-sandinistes soutenus par le mouvement démocrate nicaraguayen, ont essayé de paralyser la politique nationale en assassinant des membres du FSLN ...“¹⁸⁶

Die Autoren verfügen offensichtlich über sehr gute Informationen über die Situation in Nicaragua. Diese sehr ausgewogene Darstellung zeigt sich auch bei den Themen „maintien de la propriété privée“, wo vor allem auf die starke Konkurrenz der privaten für die verstaatlichten Betriebe eingegangen wird, und „situation économique“. Über die Position der Kirche schreiben die Autoren:

„... une partie du clergé participe activement à la révolution. Ainsi, le gouvernement actuel compte trois prêtres parmi les ministres. Une autre partie de l'église cependant – notamment le haut clergé – rejoint aujourd'hui l'opposition craignant une évolution vers une régime totalitaire“¹⁸⁷

Hier werden die Argumente beider Seiten präsentiert ohne direkt Stellung zu beziehen. Dies geschieht auch bei der Vorstellung der „situation extérieure“ und der damit verbundenen Probleme der sandinistischen Regierung. Bei der Vorstellung der Politik der Vereinigten

¹⁸⁴ café du nicaragua. dossier d'information (Hg. Association Romande des Magasins du Monde). Lausanne 1981. (SozArch Ar 85. 5143). S. 3.

¹⁸⁵ Ganzer Abschnitt nach: café du nicaragua. dossier d'information (Hg. Association Romande des Magasins du Monde). Lausanne 1981. (SozArch Ar 85. 5143). S. 11-20.

¹⁸⁶ café du nicaragua. dossier d'information (Hg. Association Romande des Magasins du Monde). Lausanne 1981. (SozArch Ar 85. 5143). S. 14.

¹⁸⁷ café du nicaragua. dossier d'information (Hg. Association Romande des Magasins du Monde). Lausanne 1981. (SozArch Ar 85. 5143). S. 15.

Staaten gegenüber Nicaragua wird der Ton allerdings dann doch schärfer, nicht aber ohne dabei die Kritikfähigkeit auch gegenüber den Sandinisten beizubehalten.

„Considérant l'Amérique centrale comme leur chasse gardée, les Etats-unis n'ont pas admis la victoire des Sandinistes au Nicaragua. ... Pour mener à bien cette politique [l'élimination du gouvernement de Managua], les Etats-Unis semblent jouer sur deux niveaux:

l'utilisation de la partie de la population mécontente des difficultés économique (et des erreurs des Sandinistes, il faut l'avouer) aux fins de sa politique ...

l'entraînement des membres de l'ancienne garde nationale dans des camps militaire en Floride ... Ces militaires sont entraînés à des actes de terrorisme et formés pour une éventuelle invasion.“¹⁸⁸

Das deutliche Zugeben der Fehler auch der Sandinisten bei gleichzeitiger sachlicher Kritik an die Gegenseite zeigt zwar eine Positionierung für Nicaragua, die aber bei aller Sympathie die kritische Distanz nicht fehlen lässt. In diesen frühen Jahren der sandinistischen Revolution wird hier den Kunden des Nicaragua-Kaffees ein offenes Bild mit allen Facetten gezeigt. Dies wird sich vor allem in den Jahren ab 1983 ändern, bei stärkerem Druck von aussen wird die Informationen immer plakativer und der Kalte Krieg zeigt sich auch in den Kundenbroschüren über den Nicaragua-Kaffee stärker.

2.2.1. Kaffee als „Solidaritätsprodukt“ – Verschärfung und Schulterschluss

Auf einem Flugblatt von 1983, es ist in den Farben der FSLN rot und schwarz gedruckt, finden sich dann Hinweise auf die Verhärtung des Zentralamerika-Konflikts und eine Stellungnahme zugunsten von Nicaragua:

„arbeit, brot, medizin und schulen für alle, statt grosser profite für wenige: das versucht die regierung von nicaragua zu erreichen. in der presse, die zu somozas zeiten diskret schwieg, wird diese regierung als totalitär und menschenrechtswidrig diffamiert. der zwerg nicaragua mit 2,5 millionen einwohnern soll die sicherheit eines ganzen kontinentes bedrohen ... das ist ein teil einer grossangelegten kampagne zur isolation und zur zermürbung von nicaragua. ...

nicaragua sieht sich von mehreren seiten bedroht:

- militärische bedrohung
- wirtschaftlicher druck
- boykott der getreidelieferungen
- sperrung von krediten
- kapitalflucht

DAMIT NICARAGUA SEINEN WEG WEITERGEHEN KANN, DAMIT FREIHEIT MOEGLICH BLEIBT, BRAUCHT ES UNSERE SOLIDARITAET. GERADE JETZT.“¹⁸⁹

¹⁸⁸ café du nicaragua. dossier d'information (Hg. Association Romande des Magasins du Monde). Lausanne 1981. (SozArch Ar 85. 5143). S. 19-20.

¹⁸⁹ Kaffee aus Nicaragua: Den neuen Aufbau stärken! (Flugblatt 1983), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5556. Kleinschreibung und Grossschreibung sowie erste Auslassung im Original! Mit der angesprochenen Presse sind die Schweizer Zeitungen gemeint.

Hier zeigt sich deutlich, dass der international sich verschärfenden Kalte Krieg auch vor den Aktivisten für Gerechten Handel in der Schweiz nicht Halt macht. Die Schuldzuweisungen werden an die Gegenseite adressiert, Nicaragua geniesst uneingeschränkte Solidarität, jede Spur von Zurückhaltung, die wir in den Vorjahren noch gefunden haben, ist verflogen. Die Angriffe von aussen haben auch die Fair-Trade-Bewegung zu einem stärkeren ideologischen Schulterschluss mit den Sandinisten gebracht.

In einem neuen Flugblatt von 1984, es ist wiederum in den Revolutionsfarben schwarz und rot gehalten, wird dies noch deutlicher.¹⁹⁰ Der abgeänderte Titel lässt dies nicht vermuten, neu heisst es nämlich nicht mehr „Den neuen Aufbau stärken!“ sondern „Kaffee aus Nicaragua. Ein ungewöhnlicher Kaffee“. Dazu könnten aber auch die Abnutzung des Slogans geführt haben, vor allem da ja der „Aufbau“ nach 5 Jahren nicht mehr so „neu“ war.

Neben der Vorstellung der Einkaufspolitik von OS3 wird im Flugblatt auf die Politik der USA gegen Nicaragua und die Bedeutung des Kaffees eingegangen. Unter dem Titel „Darum sollen wir keinen Nicaragua-Kaffee mehr trinken“ wird geschrieben:

„für nicaragua hat der export des kaffees eine grosse bedeutung. 35 – 40 % der exporteinnahmen stammen aus dem handel mit kaffee. nicaragua hat auch keine probleme seinen kaffee zu verkaufen, denn die qualität des ohnehin schon guten kaffees konnte nach der revolution noch gesteigert werden. und genau hier setzt die nordamerikanische taktik an: mit der verminung der häfen sollen die exporte erschwert oder gar verhindert und nicaragua wirtschaftlich in die knie gezwungen werden.“¹⁹¹

Dann folgt der Abdruck eines Artikels von Romeo Rey mit dem Titel „Die Wühlarbeit der CIA in Nicaragua“ aus dem *Tages-Anzeiger* vom 11. April 1984. Damit übernimmt OS3 die Position des Autors, dieser spricht sich gegen die US-Interventionen aus und kritisiert die Contra-Aktivitäten.

Eine ganz klare Positionierung finden wir in den *OS3-Informationen* vom Frühjahr 1986. Darin wird unter dem grossen Titel „Nicaragua muss überleben!“ ein Artikel über die Situation auf den Kaffeeplantagen publiziert:

„während wir nach dem mittagessen eine schale duftenden kaffees geniessen, stehen die nicaraguaner gerade auf. die campesinos und freiwilligen machen sich bereit, um wieder auf die kaffeefelder zu gehen. damit jeder pflücker das ende der ernte erleben wird, ist jeder dritte von ihnen bewaffnet. ... fast alle kaffeegebiete nicaraguas sind unsicher. die nördlichen provinzen jinotega und matagalpa, dort wächst der meiste kaffee des landes, sind die am stärksten umkämpften gebiete im krieg gegen die contras. diese haben erklärt, sie würden die kaffeeernte sabotieren und pflücker angreifen.

ein kampf ums überleben. Und dies in mehrfacher hinsicht:

für viele nicaraguaner endete der nicht erklärte krieg bereits tödlich. 11'000 menschen starben. Über 8'000 kinder wurden waisen.

¹⁹⁰ Kaffee aus Nicaragua: Ein ungewöhnlicher Kaffee (Flugblatt 1984), in OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

¹⁹¹ Kaffee aus Nicaragua: Ein ungewöhnlicher Kaffee (Flugblatt 1984), in OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557.

die materiellen verluste [stürzen] das land in den abgrund. der krieg verschlingt bereits rund die hälfte des budgets.

seit kriegsbeginn betragen die schäden über 1,5 milliarden dollar. etwa vier jahreserlöse aus den exporten ...

nicaragua ist gezwungen, geld und kraft in die verteidigung zu investieren, anstatt die soziale entwicklung voranzutreiben.

das wirtschaftliche überleben nicaraguas hängt von seinen agrarexporten ab. sie bringen ungefähr vier fünftel aller devisen. kaffee ist das wichtigste exportgut, dieses jahr mehr als je zuvor.“¹⁹²

Hier wird die Wichtigkeit des Kaufes von Nica-Kaffee wiederum sehr stark betont, der Kauf sei essentiell für das Weiterbestehen des sandinistischen Staates. Hier zeigt sich auch das Selbstverständnis der Fair-Trade-Bewegung. Spannend und erstaunlich ist das klare Hervorheben des Umstandes, dass die Devisen aus dem Kaffeeverkauf für die Landesverteidigung verwendet werden und nicht mehr generell für den Wiederaufbau des Landes. Diese Tatsache wird nicht etwa im Hinblick auf allfällige pazifistische Gefühle der Kunden verschwiegen. Offensichtlich ist man bei OS3 der Meinung, dass die Nica-Kaffee-Kundschaft von der Richtigkeit und Wichtigkeit des bewaffneten Kampfes gegen die Contras überzeugt ist und diesen Kampf direkt zu unterstützen wünscht, indem es Nica-Kaffee kauft. Hierin sehe ich eine klare Positionierung der Fair-Trade-Bewegung, auch in der deutlichen Stellungnahme für eine bewaffnete Verteidigung, was ja doch erstaunt.

Auch in einer weiteren Ausgabe der *OS3-Informationen* von 1986 finden sich die Stellungnahmen gegen die Aktivitäten der Contras. Allerdings findet sich hier auch Spannendes über das Selbstverständnis der Bewegung und die Wichtigkeit des Kaffeeexports:

„**wir sind kleine fische.** obwohl wir nach unserer meinung recht viel nicaragua-kaffee verkaufen (1985/86 65'500 kg grüner kaffee für rund 1 million franken) sind wir für encafe [staatliche Kaffeeexportfirma, d. V.] ein sehr kleiner kunde. unsere solidaritätsarbeit wird zwar als wichtig betrachtet, aber die wirtschaftliche situation in nicaragua ist durch das amerikanische handelsembargo und die aggression sehr schwierig. ...

greueln im namen der freiheit. es war ja immer eine erklärte strategie der contras mit den terroranschlägen gezielt den aufbau zu treffen. dass die ‚widerstandskämpfer‘ von ronald reagan eine reine söldnertruppe ist, die mordet, brandschatzt und plündert und vor allem die bevölkerung terrorisiert, das wurde in den letzten wochen mit dem tod von ivan leyvraz [ein Schweizer, der in Nicaragua in einem Projekt mitarbeitete und bei einem Contra-Angriff getötet wurde; d. V.] in der schweiz vielen klar. leider verstanden es die contras-freunde in der schweiz in den medien vorallem die diskussion über die sicherheit der schweizer in nicaragua zu führen. wenn nicaraguanische frauen und kinder verstümmelt werden, so ist dies für die ‚vereinigung demokratisches nicaragua‘ [Schweizer Lobbyorganisation von Antisandinisten, Mitbegründer ist Peter Sager; d. V.] anscheinend nicht so schlimm. man müsste doch die haltung der usa diskutieren, die in nicaragua einen haufen terroristen unterstützt!

nicaraguas errungenschaften. nach wie vor bestehen in nicaragua sehr günstige bedingungen für die entwicklung, weil sich die sandinistische regierung auf die dringendsten bedürfnisse der bevölkerung abstützt. in keinem anderen land zentralamerikas werden die materiellen und sozialen anliegen der bauern so ernstgenommen, wie in nicaragua.

¹⁹² nicaragua muss überleben! (OS3 Information, 1986, S. 3), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5556. Kleinschreibung und fehlendes Wort im Original!

und darüber muss jetzt in der schweiz auch gesprochen werden, warum nicht bei einer tasse nicaragua-kaffee.“¹⁹³

Sehr erhellend ist hier die eindeutige Positionierung von OS3 auch im Bezug auf die schweizerische Innenpolitik und die Medienlandschaft.¹⁹⁴ Ganz klar werden die Antisandinisten verurteilt und scharf angegriffen, ihnen wird Wegschauen bei Menschenrechtsverletzungen vorgeworfen. Dies zeigt die innenpolitische Verhärtung, die sich gerade am Thema Nicaragua in den 1980er Jahren feststellen lässt. Hier bezieht die Fair-Trade-Bewegung ganz klar Stellung und ergreift Partei. Dies zeigt sich nochmals sehr deutlich, wenn der Slogan der sandinistischen FSLN „No pasaràn!“ unter dem Artikel abgedruckt wird. Dieser Slogan kann durchaus auch gegenüber den Antisandinisten in der Schweiz gelten und zeigt die kämpferische Bereitschaft der Fair-Trade-Bewegung zusammen mit den anderen Solidaritätsgruppierungen. Der Schulterschluss hat hier, auf Druck von Aussen, wie ich vermute, stattgefunden.

Eher versteckt finden sich Hinweise auf ein weniger enthusiastisches Einstehen für die sandinistische Revolution. Diese wird zwar klar als solche benannt, allerdings wird einschränkend nur noch von den „günstigen Bedingungen“ des Landes „für die Entwicklung“ gesprochen. Hinter diesen Ausdrücken verstecken sich wohl auch Enttäuschungen über die Rückschläge.

Hinweise über den Stellenwert des Nicaragua-Kaffees bei OS3 und über die mit ihm anvisierte Kundschaft liefert ein internes Papier von 1987 für die Produzenten-Auswahl-Kommission, die wegen Lieferschwierigkeiten beim Kaffee aus Nicaragua zusammenkam. Darin heisst es in einer Standortbestimmung über die „OS3-Kaffeepolitik“:

„Ujamaa- und Nica-Kaffee verkaufen wir seit Jahren. Sie sind in unterschiedlichem Masse unsere Markenartikel geworden. Sie zeigen auch auf, dass es uns vorerst nicht gelang von Kleinbauern direkt zu beziehen, sondern, dass wir von Staaten kauften, welche eine neue Entwicklungspolitik vertreten.

¹⁹³ jetzt erst recht: kaffee aus nicaragua (OS3 Information, 1986, S. 5 und 6), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5557. Kleinschreibung und Hervorhebungen im Original!

¹⁹⁴ Vgl. zum Beispiel den Streit zwischen Peter Sager, SVP-Nationalrat und Leiter des Ost-Instituts, und dem Tages-Anzeiger über die Nicaragua-Berichterstattung, der bis vor Gericht ging. Vgl. dazu die, einseitige Publikation von Sager, Peter. Fallstudie einer Diffamierung. Nachrichtenmanipulation durch Nicaragua-Propagandisten in der Schweiz. (Schweizerisches Ost-Institut Sonderdruck 26). Bern 1986. Dazu finden sich auch in der Zeitungsausschnittsammlung des Sozialarchivs (SozArch WMN ZA) spannende und zahlreiche Artikel, v. a. in den Jahren 1986 und 1987. Vgl. dazu auch das engagierte Buch von Holenstein, René. Das erste Opfer ist die Wahrheit: So informiert die Schweizer Presse über Zentralamerika. Zürich 1987. Dass Personen wie Peter Sager involviert sind, zeigt die Fronten des Kalten Krieges auch noch im Jahre 1986. Vgl. zu Sager auch die beiden autobiographischen Darstellungen aus seiner Feder: Sager, Peter. Leben im zwanzigsten Jahrhundert. Tatsachen und Meinungen. (Band 1 und 2). Bern 1994 und 1996. Darin zu Nicaragua speziell die Seiten 147-149 und 219-227. Vgl. zu Peter Sager und zum Ostinstitut in dieser Arbeit auch das Kapitel 1.3.2 Flugblätter und das Ost-Institut, sowie die Analyse von Bretscher-Spindler, Katharina. Vom heissen zum kalten Krieg. S. 364-367.

Geschmacks-, Qualitätsaspekte standen und stehen bei dieser Wahl etwas im Hintergrund. Stärker gewichtet werden die entwicklungspolitischen Inhalte.“¹⁹⁵

Spannend im Bezug auf die Käuferschaft ist ein weiterer Abschnitt, der sich mit neuem Pulverkaffee aus Nicaragua befasst:

„Das einzige Angebot, welches ev. interessant sein könnte, ist Pulverkaffee aus Nicaragua. ... Wahrscheinlich könnten aus der Solidaritätsbewegung neue Käufer hinzu gewonnen werden. In Schottland und Skandinavien wird er mit einigem Erfolg verkauft. Langfristig gesehen dürfte sich die Nachfrage ähnlich entwickeln wie beim Ujamaa. Ein etwas vergessenes Solidaritätsprodukt [sic], welches sich weiterhin in beschränkten Mengen verkauft.“¹⁹⁶

Ganz klar wird hier auf die „Solidaritätsbewegung“ als Kundschaft fokussiert, die Herkunft Nicaragua stellt für diese treuen Kunden bereits ein Kaufargument dar. Aufschlussreich ist auch der Schluss, wo die beiden Kaffees bezüglich Verkaufserfolg ähnlich bewertet werden, aber ganz klar als „Solidaritätsprodukte“ bezeichnet werden, die wegen ihrer Herkunft gekauft werden.

2.2.2. „10 Jahre Nicaragua libre – 10 Jahre Solidarität“ – die Bewegung zieht Bilanz

Hier soll abschliessend eine umfangreiche Kundenbroschüre über den Kaffee aus Nicaragua untersucht werden, die zum 10. Jubiläum der sandinistischen Revolution erschienen ist.¹⁹⁷ Die Broschüre ist eine Gemeinschaftsproduktion von OS3 und der *Vereinigung Dritte Welt-Läden*. Sie ist im November 1989 erschienen und stellt einerseits wegen dem 10. Jahrestag der Revolution, andererseits wegen den ein knappes Jahr später durch die FSLN verlorenen Wahlen eine Bilanz über die Solidaritätsarbeit mit Nicaragua dar. Es ist gleichzeitig die letzte Broschüre, die sich zum Nicaragua-Kaffee findet und verdient auch deswegen genauere Beachtung.

Einleitend heisst es, nach einem vielsagenden Gedicht von Ernesto Cardenal¹⁹⁸, in einem auch kritischen Überblick:

„Rund 10 Jahre ist es her, seit das kleine Nicaragua seinen Diktator vertrieb, um seine Entwicklung fortan selber zu bestimmen. Kurze Zeit später gelangte über OS3 und die Dritte Welt-Läden mit dem ‚Kaffee aus

¹⁹⁵ OS3-Kaffeepolitik – Schwierigkeiten, Perspektiven (Vorlage für die PAK-Sitzung vom 21.10.1987), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5556.

¹⁹⁶ OS3-Kaffeepolitik – Schwierigkeiten, Perspektiven (Vorlage für die PAK-Sitzung vom 21.10.1987), in: OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee, SozArch Ar 85.5556.

¹⁹⁷ Kaffee aus Nicaragua: 10 Jahre Nicaragua libre – 10 Jahre Solidarität. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3) und Vereinigung der Dritte Welt-Läden der Schweiz (V3WL)). Bern und Orpund 1989. (SozArch Ar 85.5557).

¹⁹⁸ „Será hora de encender el fogón comadre Juana/ La oscurana es más oscura pero porque viene el día/ Levantáte Chico, levántate Pancho.“ (Ernesto Cardenal aus „Tagesanbruch“, in: Meditation und Widerstand. Dokumentarische Texte und neue Gedichte. Hg. Hermann Schultz. Gütersloh 1977. S. 56-57). Übersetzung: Es ist Zeit, das Feuer zu schüren, Mutter Juana/ Noch dunkler wurde die Nacht, doch darum, weil es Tag wird/ Steh auf, Chico, steh auf, Pancho.

Nicaragua' der erste ‚freie‘ Kaffee aus Zentralamerika in die Schweiz. Ausgerechnet das Kolonialprodukt Kaffee, das jahrzehntlang den Apparat der Unterdrückung finanziert hatte, sollte auf einmal ‚den neuen Aufbau stärken‘.

Heute, zehn Jahre später, ist wenig von den hohen Erwartungen (vielleicht auch Träumen) geblieben: Allzuvielen hoffnungsvollen Ansätzen sind an den wirtschaftlichen und vor allem an den politischen Realitäten einer Region im Schatten des ‚Grossen Nachbarn‘ erstickt. Davon ist in dieser Broschüre auch die Rede.

Wenn in Nicaragua jetzt weniger spektakuläre und zukunftsweisende Ziele im Vordergrund stehen, sondern vor allem um das wirtschaftliche Überleben gekämpft wird, kann dies kein Grund für geringere Unterstützung sein. Die Forderung nach ‚gerechterem Handel‘, die Forderung nach dem ‚Recht auf Selbstbestimmung‘ bleibt nach wie vor aktuell –

Der Kaffee aus Nicaragua ist das Beispiel dafür.¹⁹⁹

Die Ernüchterung und auch Enttäuschung, die aus diesen Zeilen spricht, durchzieht die ganze Broschüre. Deutlich werden der Enthusiasmus der Anfangsjahre und die Durchhalteparolen der Zwischenzeit spürbar, die jetzt einer gewissen Resignation Platz gemacht haben. Nichtsdestotrotz wird zum Schluss wieder für Unterstützung für Nicaragua geworben, die „zukunftsweisenden Ziele“ sind jedoch in den Hintergrund getreten, wichtiger werden demnach die Ziele des „gerechten Handels“. Diese Akzentverschiebung ist sehr eindrücklich und spannend. Der sandinistische Versuch in Nicaragua ist nach Meinung von OS3 und der Dritte Welt-Läden gescheitert, dennoch findet keine Abkehr von Nicaragua statt.

Nach einem Abriss über die Geschichte des Landes und die Errungenschaften der sandinistischen Revolution werden weitere distanzierte Töne wahrnehmbar. Deutlich zeigt sich eine offene und kritische Haltung gegenüber der FSLN. Gleichzeitig wird aber wiederum die Haltung der USA kritisiert:

„Ein Nicaragua, das nicht von der nordamerikanischen Botschaft aus regiert werden kann, ein Land, dem soziale Entwicklung wichtiger ist als hohe Gewinne für Konzerne und Eliten, passt schlecht ins US-Weltbild. Mit dem Amtsantritt von Präsident Reagan beginnt ein zuerst versteckt, später offener geführter Kampf auf allen Ebenen, vordergründig gegen die Sandinisten, vor allem aber gegen das Modell Nicaragua. Immer stärker prägt in der Folge der Krieg gegen die von den USA ‚Freiheitskämpfer‘ genannten Contras den Alltag in Nicaragua. Die riesigen Summen, die für die Verteidigung eingesetzt werden, fehlen für den Wiederaufbau – soziale Errungenschaften müssen zurückgestellt oder gar rückgängig gemacht werden.

Und natürlich machen die regierenden Sandinisten auch Fehler: Ihr anfänglich unbedachter Umgang mit den Miskito-Indianern führt zu grossen Konflikten mit der Minderheit an der Ostküste. Und vor allem auf dem Gebiet der Wirtschaftspolitik geht es ihnen nicht besser als den meisten Regierungen Lateinamerikas, die vergeblich nach Lösungen Ausschau halten, die alle Bedürfnisse befriedigen.

Naturkatastrophen wie der Hurrikan von 1988 tragen dazu bei, dass 10 Jahre nach der Revolution die grossen Ziele in die Ferne gerückt sind und Nicaragua vor allem ums Überleben kämpft.“²⁰⁰

¹⁹⁹ Kaffee aus Nicaragua: 10 Jahre Nicaragua libre – 10 Jahre Solidarität. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3) und Vereinigung der Dritte Welt-Läden der Schweiz (V3WL)). Bern und Orpund 1989. (SozArch Ar 85.5557). S. 2.

²⁰⁰ Kaffee aus Nicaragua: 10 Jahre Nicaragua libre – 10 Jahre Solidarität. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3) und Vereinigung der Dritte Welt-Läden der Schweiz (V3WL)). Bern und Orpund 1989. (SozArch Ar 85.5557). S. 10-11.

Das klare und ehrliche Benennen der Fehler der Sandinisten zeigt die Einschätzung der Kundschaft des Nicaragua-Kaffees als mündige Konsumenten. Diesen Anspruch finden wir hier von Seiten der Verkaufsstellen erfüllt. Dass dies nicht immer so war, haben wir gesehen. Dass es allerdings hier so deutlich wird, kann verschiedene Gründe haben. Ich möchte zumindest zwei mögliche hier knapp skizzieren, sie wurden auch schon angetönt. Einerseits wäre es möglich, dass die Kundschaft des Kaffees im Jahre 1989 nur noch aus der eingeschworenen Zentralamerika-Bewegung besteht, die über die Vorgänge in Nicaragua bereits informiert ist. Bei dieser Kundschaft ist kein Verkaufseinbruch zu befürchten, wenn kritisch berichtet wird. Andererseits könnte die Broschüre auch als Versuch gelesen werden, nach Jahren der Verhärtung beim Thema Nicaragua, wir haben das in zahlreichen Flugblättern ja gesehen, das Feld ein wenig zu öffnen und auf eine sich verändernde innenpolitische Konstellation zu reagieren. Ich will hier der Fair-Trade-Bewegung keine prophetische Voraussicht attestieren, vielleicht hat sie jedoch, auch über die Analyse der Situation in Nicaragua, gewisse Anzeichen einer sich bald ändernden weltpolitischen Lage entdeckt, wie sie mit dem Ende des Kalten Krieges 1989 eingetreten ist. Dies für neue Werbung für neue Kundschaft und neue Unterstützung für Nicaragua zu nutzen und dabei kritisch Bilanz zu ziehen zu Handen der bestehenden Kundschaft, das könnte das Ziel der Broschüre „Kaffee aus Nicaragua – 10 Jahre Nicaragua libre – 10 Jahre Solidarität“ gewesen sein. Dass dabei auch die treuen Zentralamerika-Solidarischen nicht vergessen gehen, dafür sorgt auch der Hinweis zum Schluss der Broschüre auf das *Zentralamerika-Sekretariat* in Zürich, wo „weitere Informationen“ erhältlich seien.

TEIL C: BANANEN

In diesem Kapitel geht es um ein weiteres Kolonialprodukt, das an den Anfängen des Fairen Handels in der Schweiz steht – die Banane. Diese Frucht verkörpert, bei aller Alltäglichkeit, genau das Prinzip der weltweiten Arbeitsteilung, „die Dritte Welt produziert und die Erste Welt konsumiert“²⁰¹. Daher eignete sie sich sehr gut für Aktionen und Informationen in der schweizerischen Öffentlichkeit. Gleichzeitig sind die Bananen eng mit den bananenproduzierenden Ländern Zentralamerikas, den „Bananenrepubliken“, und deren Geschichte verbunden.

Es sollen hier zu Beginn die Aktionen der Bananenfrauen von Frauenfeld und ihrer diversen Fortführungen von 1973 bis 1985 stehen. Dabei werden zuerst die Aktionen beschrieben, bevor der Fokus auf die Argumentation gelegt wird. Wie wird informiert? Welche Ziele werden angestrebt? Was wird allenfalls verschwiegen? Werden Veränderungen in der Schweiz angestrebt? Finden diskursive Angriffe statt? Wie positionieren sich die Bananenfrauen - es sind bis 1985 fast ausschliesslich Frauen aktiv - gegenüber den Angriffen?

In einem zweiten Teil soll dann die Geschichte der Nica-Bananen, der Bananen aus dem sandinistischen Nicaragua, erörtert werden. Diese Bananen fanden 1985 aufgrund des US-Handelsembargos ihren Weg in die Schweiz, und blieben in den Regalen der Verkaufsstellen bis 1990, wenn auch unter verschiedenen Namen. Wie wird diese politisch hochaufgeladene Banane in der Schweiz angenommen? Welche Rolle spielt die Herkunft Nicaragua? Wie wird informiert? Finden sich Parallelen zum Kaffee aus Nicaragua?

Quellenmässig stütze ich mich auf das publizierte Material der Bananenaktionen, Broschüren, Bananen-Zeitungen, Flugblätter, Rundbriefe, sowie auf einzelne Bücher, die sich aber ebenso als „Kampagnenmaterial“ verstehen. Zusätzlich benutze ich auch autobiographisches Material, das sich vor allem im Buch von Ursula Brunner²⁰² findet.

²⁰¹ Skrodzki, Johanna, Brunner, Ursula. Bananen: Konsequenzen des Geschmacks. St. Gallen, Köln, São Paulo 1988, S. 7.

²⁰² Brunner, Ursula. Bananenfrauen. Frauenfeld, Stuttgart und Wien 1999.

3. Von den Bananenfrauen zu den Bananenaktionen

3.1. Die Bananenaktion von Frauenfeld 1973

Die Bananenaktion von Frauenfeld und die Geschichte der Bananenfrauen geht auf den aufrüttelnden Film „Banamera Libertad“ von Peter von Gunten zurück, der im Sommer 1973 in verschiedenen Vorführungen in der Schweiz gezeigt wurde. Nach einer Vorführung vor einer Frauengruppe in Frauenfeld wurde die Leiterin der Gruppe, die Pfarrersfrau Ursula Brunner von verschiedenen Frauen dazu angeregt, das Bananenthema in mehreren Diskussionsabenden weiter zu vertiefen.

Am Beginn der Bananenaktion steht aber auch die Preissenkung des Bananenkilopreises der *Migros* um fünfzehn Rappen von einem Franken fünfzig auf einen Franken fünfundreissig am 3. März 1973. Diese Preissenkung kam wegen der starken Dollarabwertung zustande und wurde als „Bananenwunder“ und als „Geschenk an die Kunden“ bezeichnet, stiess aber bei den über das weitere Vorgehen im Bezug auf die Bananen noch unschlüssigen Frauen von Frauenfeld auf starke Kritik:

„Soviel hatten wir von der ganzen Bananenproblematik bereits verstanden, die Sache mit dem Geschenk an die Kunden konnte nicht stimmen. Wir beschlossen einen Brief an die Verwaltung der Migros-Genossenschaft zu schreiben. Es war uns klar, wir wollten dieses Geld nicht. Es gehörte nicht uns.“²⁰³

Die Frauen schlagen in diesem Brief vor, den Bananenkilopreis auf 1.50 Franken zu belassen, „um den gesamten durch die Dollarabwertung frei gewordenen Betrag in verschiedenen gut ausgewiesenen Entwicklungsprojekten Zentralamerikas zu investieren.“²⁰⁴ Dieser Vorschlag wird von der *Migros* sehr harsch abgewiesen, „Geschäft und Wohltätigkeit müssten streng getrennt bleiben“²⁰⁵. Also wählt die Frauengruppe originelle Wege, um die *Migros* ihre Macht als Konsumentinnen spüren zu lassen.

In einem Brief der Bananenfrauen vom Juni 1973 an die Haushaltungen von Frauenfeld werden diese Ideen formuliert. Es geht zunächst darum, bei der Genossenschafts-Abstimmung der *Migros* auf die Bananenpreise hinzuweisen und als Konsumentinnen die Bereitschaft für höhere Preise bekanntzugeben:

„Wenn auch Ihnen beim Gedanken an die niedrigen Preise nicht wohl ist, dann äussern Sie jetzt auf dieser Abstimmungskarte Ihre Bereitschaft, zum Wohl der armen Länder mehr zu bezahlen. Vielleicht schreiben Sie einfach, dass Sie gerne etwa 20 Rp. mehr pro Kilo Bananen bezahlen würden, wenn der Mehrertrag der Bevölkerung der Produktionsländer zugute käme. ... Wenn auch nur das Gespräch über eine solche

²⁰³ Zit. nach Brunner; Ursula. Bananenfrauen, S. 19.

²⁰⁴ Brief des Treffpunkts der Frauen, Frauenfeld, an die Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes Zürich, zit. nach Brunner: Bananenfrauen, S.19.

²⁰⁵ Antwortschreiben der Migros, zit. nach Brunner; Ursula. Zum Beispiel Bananen, S. 18.

Preiserhöhung in Gang käme, so würden doch viele Konsumenten zum Nachdenken über diese Probleme angeregt.²⁰⁶

Als weitere Idee wurde dazu aufgerufen, Geld an die *Migros* zurückzuzahlen. Damit sollte ein enormer administrativer Aufwand verursacht werden, um so die Genossenschaft zu zwingen, den Kontakt mit den Bananenfrauen wieder zu suchen:

„Seit anfangs März sind die Bananenpreise durch die Dollarabwertung in der Migros von Fr. 1.50 auf Fr. 1.35/kg gesunken. Es ist durchaus positiv zu werten, dass eine solche Preisreduktion bis zum Kunden durchdringt. Wir haben aber als Konsumenten die Möglichkeit, ein solches Geschenk abzulehnen.

Benützen Sie den beiliegenden Einzahlungsschein, ausgestellt auf Konto 80-1089, Migros Genossenschaftsbund, Abteilung Südfrüchte.

Schreiben Sie auf die Rückseite als Bemerkung z. B.:

- Wir brauchen das Geschenk durch die verbilligten Bananenpreise nicht. Es gibt Menschen in den Bananenländern, die das Geld dringend nötig hätten.

Zahlen Sie einen Betrag ein, entsprechend Ihrem Bananenverbrauch. Wenn Sie jede Woche etwa ein Kilo essen, seit März also 15 kg, 15 mal 15 Rp. Beginnen Sie bald mit solchen Einzahlungen und fahren Sie in regelmässigen Abständen weiter.

Vielleicht machen auch viele Ihrer Bekannten mit. Wir möchten der Migros zeigen, dass es uns ernst ist, dass wir gerne als Konsumenten ein Opfer bringen im Blick auf Gerechtigkeit für alle.²⁰⁷

Diese Strategie ist aufgegangen; die *Migros* hat sich nach kurzer Zeit mit den Bananenfrauen wieder in Verbindung gesetzt. Gleichzeitig war mit dieser Konsumentenaktion gegen den Grossverteiler die Idee des Aufpreises zugunsten der Produktionsländer geboren, den die Bananenfrauen konsequent für Entwicklungsprojekte einzahlten, bis dann endlich 1985 Bananen nicht mehr aus dem herkömmlichen Handel kamen, sondern aus Nicaragua, doch dazu später mehr.

Gleichzeitig wurde eine öffentliche zweitägige Bananenaktion geplant, die Informationen verbreiten und das Bewusstsein sensibilisieren sollte:

„Wir haben nun gestern abend zu sechst beschlossen, als erstes anfangs Juni [die Aktionsplanung nahm dann mehr Zeit in Anspruch und fand am 19./20. Oktober 1973 statt, d. V.] eine Bananen-Aktion zu starten. Wir werden mit vier Lieferwagen in der Stadt umherfahren, an bestimmten Plätzen halten und zu einem mittleren Preis Bananen verkaufen. Es geht uns ja nicht vor allem um das Geld, das wir einnehmen werden, sondern dass wir die Leute, die dann hoffentlich kommen und kaufen, mit dem Problem konfrontieren können. ... Das wäre so ungefähr unsere kurzfristige Aktion, so etwas wie ein In-Erscheinungtreten überhaupt. Das ist die Idee, die sicher nicht schlecht ist, aber den geistigen Unterbau dazu, den müssen wir erst schaffen. Das ist das, was mir bei allem so sehr auf dem Herzen liegt, genügend geistige Tiefe zu bekommen, die Linien richtig aufzuzeigen, eben *nicht* die Wohltätigkeit, sondern das, wenn auch noch so armselige Rütteln an den Strukturen, das Fragen, was da unser Leben damit zu tun hat, das Aufzeigen der Verantwortlichkeit.“²⁰⁸

²⁰⁶ Brief der „Bananenfrauen“ an die Bevölkerung von Frauenfeld, 7. Juni 1973, SozArch 81.1 Z QS.

²⁰⁷ Brief der „Bananenfrauen“ an die Bevölkerung von Frauenfeld, 7. Juni 1973, SozArch 81.1 Z QS.

²⁰⁸ Brief von Ursula Brunner vom 27. März 1973, veröffentlicht in „Schritte ins Offene“ Nr. 3/1973, SozArch 81.1 Z QS. Hervorhebung im Original.

In diesem sehr offenen Brief wird deutlich, wie stark der Fokus der Bananenfrauen auf der Information lag, das Geld war immer sekundär. Die Bananenfrauen strebten die Veränderung der Zustände hier in der Schweiz an, und hatten die klassische Hilfe an die Entwicklungsländer nicht als Ziel, trotz ihrer zweigleisigen Strategie, „Bewusstseinsbildung der Menschen bei uns“ und „Geld als Beitrag zu einer Bewusstseinsbildung jener Menschen, die ohne diesen Prozess nicht zu Selbständigkeit und Verantwortung kommen können“.²⁰⁹

Für die Aktionstage wurden dann zur Erreichung des ersten Zieles „Bananen-Zeitungen“ gedruckt. Darin wurde, neben einem Talon zur Unterschrift für die Bereitschaft, mehr pro Kilo Bananen zu bezahlen, in sehr unterschiedlichen Artikeln ausführlich auf alle Probleme rund um die Banane eingegangen. Der Fokus lag deutlich auf der Bewusstseinsbildung und der daraus abgeleiteten Tat, so wurde unter Überschriften wie „Denken – Erkennen – Handeln“, dem Dreischritt der Befreiungstheologie, die Bildung einer „Gegenbewegung gegen das, was bisher üblich war“ gefordert.²¹⁰ Gefordert wurden auch die „innere und äussere Unabhängigkeit“ der bananenproduzierenden Länder und eine damit einhergehende „Entwicklung von unten“, gleichzeitig wurden die Abhängigkeitsverhältnisse und die Machtstrukturen der *United Fruit Company (UFC)*, dem *Chiquita*-Konzern, aufgezeigt. An den Aktionstagen 19. und 20. Oktober 1973 in Frauenfeld, an denen 40 Frauen mithalfen, wurden 600 Kilogramm Bananen verteilt und 1500 Unterschriften mit der Bereitschaft, für ein Kilo Bananen fünfzehn Rappen mehr zu bezahlen, gesammelt.

Spannend im Hinblick auf die Frage nach einer mentalen Wirkungsweise des Kalten Krieges ist die berichtete Tatsache, dass die Frauen auf der Strasse sehr oft nach der Organisation oder Partei gefragt wurden, die hinter der Bananenaktion steht:

„Oft aber baten wir die Leute, zuerst die Zeitung [gemeint ist die Bananen-Zeitung; d. V.] zu lesen, wenn sie noch nichts von der Sache wussten. Viele waren von sich aus vorsichtig und wollten sich ihre Gedanken darüber machen. Viele fragten auch nach der Organisation, die wir im Rücken hätten, nach der Partei oder Gruppierung, der wir angehörten. Ganz eindeutig konnten wir dann immer sagen, dass wir weder eine Partei noch irgendeine Organisation hinter uns hätten. Dass wir allein als Hausfrauen, Mütter, als Frauen auf der Strasse stünden, die durch die Frage nach den billigen Bananen als einem Beispiel für alle Rohprodukte der 3. Welt sich hätten aufrütteln lassen, darüber nachzudenken“²¹¹

Diese Frage nach einer Organisation, die hinter der Aktion steht, deute ich als bezeichnende Reaktion einer Gesellschaft im Kalten Krieg. Die Angst vor Subversion bewirkte, dass hinter jeder ungewöhnlichen Aktion eine Gruppe vermutet wird, die das Ganze als Drahtzieher geplant hat, sich aber nicht öffentlich dazu bekennt, sondern die Frauen vorschickt. Hier

²⁰⁹ Brunner, Ursula. Zum Beispiel Bananen, S. 24-25.

²¹⁰ Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen, 1973.

²¹¹ Brunner, Ursula. Zum Beispiel Bananen, S. 26.

sehen wir, dass die Einordnung auch der Bananenfrauen als Neue Soziale Bewegung, die nach neuen Möglichkeiten im Diskurs einer Schweizer Öffentlichkeit suchen, durch die Mentalität des Kalten Krieges auf diesen zurückgebunden und reduziert wird. Gleichzeitig zeigt sich ein geschicktes Spielen der Bananenfrauen mit der ihr als Frauen in der Gesellschaft zugewiesenen Rolle. Durch das demonstrative Hervorheben, dass hier nur Hausfrauen eine Aktion durchführen, wird eine Harmlosigkeit hergestellt, die ja dem durchaus bewegenden und gesellschaftsverändernden Aspekt der ganzen Bananenaktion in keiner Weise entspricht.

Dazu passt auch die Aussage von Ursula Brunner, einer der aktivsten Bananenfrauen, die berichtet, dass sie während der Aktionstage entweder nicht ernst genommen wurden, da die Aktion „jene Wirtschaftsstrukturen nicht ändere, denen die Menschen in der Dritten Welt ausgeliefert seien“²¹², oder aber dass sie im Gegenteil als subversiv eingeschätzt wurden:

„Oder dann traute man uns eben gerade jene Subversivität zu, die nichts anderes will, als Strukturen verändern, also Kommunisten ...!“²¹³

3.2. Bananenaktion - eine „linke“ Aktion? Deutungskämpfe und Selbstpositionierungen

Die Bananenfrauen hatten eine starke Wirkung und bald fanden sich in der ganzen Schweiz Gruppen, die Aktionen durchführten und auch Detaillisten, die ihre Bananen konstant mit dem Aufpreis von 15 Rappen an die Kunden verkauften.²¹⁴ Die Bananenfrauen selber wurden zu einer wichtigen Gruppierung in der schweizerischen Dritte-Welt-Bewegung, sie waren gesamtschweizerischer Ansprechpartner für die Bananenthematik. Diese besondere Art der informellen Institutionalisierung, gegen die sich die Bananenfrauen auch lange wehrten, sie haben lange weder einen Verein noch eine sonstige Organisation gegründet, sondern verstanden sich als Aktion oder Kampagne, ist typisch für eine Neue Soziale Bewegung, die neue Themen in den öffentlichen Diskurs bringen. Wie stark dies mit der Besonderheit zusammenhängt, dass es sich bei den Trägerinnen um Frauen handelt, kann hier nicht erörtert werden.

Es soll hier darum gehen, die Wirkung der Bananenaktion in der Schweiz einzuschätzen, und zwar nicht so sehr im Bezug auf die erreichten Unterschriften²¹⁵ oder das Ziel des

²¹² Brunner, Ursula. Bananenfrauen, S. 25.

²¹³ Brunner, Ursula. Bananenfrauen, S. 26. (Zitat so im Original).

²¹⁴ Bis Sommer 1979 verkauften 114 Geschäfte Bananen mit dem Aufpreis von 15 Rappen. Brunner, Ursula. Zum Beispiel Bananen, S. 41.

²¹⁵ Bis Sommer 1979 wurden 32000 Unterschriften gesammelt, 22 Gruppen haben Bananenaktionen durchgeführt und über 40000 Schweizer Franken wurden in Entwicklungsprojekte Zentralamerikas überwiesen. Brunner, Ursula. Zum Beispiel Bananen, S. 41.

Bananenimports ohne Beteiligung eines Konzerns - dieses Ziel wurde erst 1985 mit dem Import der Nica-Banane²¹⁶ erreicht - sondern im Bezug auf die schweizerische Öffentlichkeit. Wie wir gesehen haben, fanden schon während der Aktionstage 1973 diskursive Angriffe betreffend Linkslastigkeit statt, hier sollen nun die Quellen auf eine Selbstpositionierung hin befragt werden.

3.2.1. „Sind wir Linke?“

In der Neuauflage der Bananen-Zeitung von 1977 findet sich unter der Überschrift „Sind wir Linke?“ ein für meine Fragestellung ausgesprochen fruchtbarer Artikel.²¹⁷ Darin schreibt eine der Bananenfrauen aus Herisau im Stile eines Leserbriefes über eine Diskussion, die in einer Dritte-Welt-Gruppe geführt wurde, wonach die Bananenaktion „etwas ‚Linkes‘ sei, das ... sich gegen Nordamerika [richte], davon sei Abstand zu nehmen.“ Gleichzeitig verstehe ich diesen Artikel als Selbstpositionierung der ganzen Bewegung der Bananenfrauen. Durch die prominente Publikation in der Bananen-Zeitung kann auf eine breite Akzeptanz des Inhalts bei den Bananenfrauen geschlossen werden. Ferner kann daraus abgeleitet werden, dass diese Frage offensichtlich virulent war und eine Antwort darauf nötig. Dies lässt Rückschlüsse auf die Befindlichkeit der Schweizer Öffentlichkeit 1977 zu. Auch eine praktisch unveränderte Publikation des besagten Artikels im Bändchen von 1979 lässt auf eine weiterhin nötige Positionierung schliessen.²¹⁸ In dem Artikel wirft die Autorin die Frage auf, ob Helder Camara, der Erzbischof von Olinda und Recife in Brasilien ein Linker sei, ob der biblische Jakobus, da er offensichtlich, sie zitiert Ausschnitte aus seinem Brief, ein „Gegner des ‚Kapitalismus‘“ sei, ein „Kommunist“ sei, zum Schluss fragt sie gar, ob „Jesus Christus, der nie auf der Seite der Reichen und Mächtigen gestanden hat“, ein „Linker“ war. Dann folgt eine zentrale Denkfigur, welche die Bananenaktion klar als Neue Soziale Bewegung ausserhalb des klassischen Schemas positioniert, nämlich eine Neudefinition von „Links“:

„Es ist ganz klar, dass wir hier zwischen links und links unterscheiden müssen. Wir sind vielleicht gewohnt, beim Wort ‚links‘ an politische Parteien – die PdA, die Poch ... – oder an kommunistisch regierte Länder – die DDR, die Sowjetunion ... zu denken. So gesehen sind wir sicher keine Linken. Wenn wir aber an die Entwicklungsländer denken, an die Millionen von Arbeitslosen in den Slums der Grossstädte, an die Hungerbäuche so vieler unterernährter Kinder, an die das Existenzminimum bei weitem nicht erreichenden Arbeiterlöhne, an die himmelschreiende Ungerechtigkeit in der Besitzverteilung – m ü s s e n wir da nicht links stehen? Stünden wir rechts, dann wären wir auf der falschen Seite. Nämlich auf der Seite der Grossgrundbesitzer, der Oberschicht, auf der Seite der auf Kosten der Armen und Machtlosen reich und mächtig Gewordenen, auf der Seite der Ausbeuter. So müssen wir uns konsequenterweise auch gegen die

²¹⁶ Vgl. dazu das Kapitel 4. Bananen aus Nicaragua 1985 – 1990.

²¹⁷ Rosemarie Bänziger, Herisau, Sind wir Linke?, in: Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen, 1977. Ganzer Abschnitt zitiert aus diesem Artikel.

²¹⁸ Brunner, Ursula. Zum Beispiel Bananen Basel 1979. S. 52-53.

nordamerikanischen Trusts, gegen die multinationalen Fruchtekonzerne stellen, wenn wir zum Beispiel an die allzu billigen Bananen denken. Sind wir deshalb Kommunisten?“²¹⁹

Sehr relevant ist hier der diskursive Kampf um die Besetzung von Worten wie „Links“ oder „Kommunisten“, die Autorin versucht hier eine Neudefinition, beziehungsweise eine diskursive Trennung. Sie verwahrt sich dabei deutlich gegen den Ostblock und die kommunistischen Schweizer Parteien, allerdings fordert sie dabei, das Recht, ja sogar die Pflicht, in ihrem Sinne „links“ zu sein. Damit zeigt sich eine erzwungene Öffnung der Begrifflichkeiten, die hier von den Bananenfrauen eingefordert wird.

Abschliessend beschreibt die Autorin sozusagen einen Leitfaden von Neuen Sozialen Bewegungen, indem sie von den Frauenfelder Frauen schreibt, dass sie begriffen hätten: „Es gilt, etwas zu tun, ohne nach rechts oder links zu schauen. Es gilt, mehr und mehr aufmerksam zu machen auf die wirtschaftlichen Ungerechtigkeiten, an denen die Schweiz nicht unschuldig ist“²²⁰. Wenn wir uns vor Augen halten, dass der Soziologe Wolfgang Lindner über Neue Soziale Bewegungen sagt, es sei geradezu „Kennzeichen neuer Bewegungen ..., dass sie über die Problemdefinitionen der institutionellen Politik hinausgehen, neue Themen überhaupt als „politisch“ begreifen, ...“²²¹, entspricht das genau der Positionierung, die die Bananenfrauen selber vornehmen. Dass sie dies allerdings so explizit öffentlich tun müssen, zeigt meines Erachtens an, dass das Blockdenken auch 1977 in der Schweiz noch sehr stark war, und mindestens Teile der Schweizer Öffentlichkeit nicht zwischen links und links unterschieden...

3.2.2. „Bananen mit marxistischer Schlagseite?“ – Leserbriefe und Antworten

Nun soll ein weiterer diskursiver Angriff und die Reaktion darauf untersucht werden. In den Reaktionen zeigt sich sehr deutlich die Selbstwahrnehmung, die in dieser Unsuchung im Zentrum steht. In der Bananenzeitung von 1977 ist neben dem oben untersuchten Artikel ein Leserbrief mit der Antwort darauf publiziert mit der folgenden Einleitung:

„Im Februar 1977 fand in Langenthal eine Bananenaktion statt. Im März war in den ‚Berner Nachrichten‘ eine Einsendung dazu zu lesen. Da wir wissen, dass die Meinung, die darin vertreten wird, nicht einzeln dasteht, möchten wir ihr hier Raum geben.“²²²

Mit dem Hinweis auf das Nichtalleinstehen der Meinung wird deutlich, dass die Bananenfrauen mit ihren Aktionen in der Öffentlichkeit häufig auf Widerstände dieser Art

²¹⁹ Rosemarie Bänziger, Herisau, Sind wir Linke?, in: Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen, 1977. Auslassungen und Hervorhebungen im Original.

²²⁰ Rosemarie Bänziger, Herisau, Sind wir Linke?, in: Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen, 1977.

²²¹ Lindner, Wolf. Vom Einfluss neuer Bewegungen auf die institutionelle Politik. In: Dahinden, Martin (Hg.). Neue soziale Bewegungen – und ihre gesellschaftlichen Wirkungen. Zürich 1987. S. 12.

²²² Langenthal – ein Leserbrief und eine Antwort, in: Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen, 1977.

gestossen sind, so dass von einer gewissen Exemplarität ausgegangen werden kann. Auch das Publizieren des Leserbriefes mit der Antwort darauf, deutet auf eine aus Sicht der Bananenaktion nötigen Stellungnahme und Positionierung hin.

Im Leserbrief „Bananenaktion als ‚Befreiungshilfe‘“, der am 23. März 1977 in den ‚Berner Nachrichten‘ erschienen ist, wird die Bananenaktion sehr stark angegriffen:

„Dass die Ziele dieser Aktion humanitärer Art seien, entspricht allerdings nicht der Wahrheit. An einer ‚Bananenfrauen‘-Tagung in Zürich vom 23.11.75 wurde vielmehr die Bekämpfung der kapitalistischen Wirtschaftsordnung propagiert, weil der Kapitalismus Ursache aller sozialen Ungerechtigkeiten sei. Die ‚Bananenfrauen‘ befürchteten gar, ihre Aktion könnte ‚in den Wohltätigkeitsbereich verdrängt und völlig entpolitisiert werden‘ (NZ, 13.12.75). Man will also beileibe nicht Not lindern, sondern vor allem den Sturz des bestehenden Systems vorbereiten helfen.“²²³

Hier zeigt sich eine Unklarheit in den Begriffen wie „politisch“ oder „politisiert“, der Leserbriefautor versteht ihn negativ und hält ihn im Zusammenhang mit einer „humanitären“ Aktion nicht für angebracht, während für die Bananenfrauen gerade ihre „bewusstseinsbildende Informationsarbeit“ politisch zu verstehen ist.

Weiter schreibt der Autor, dass die Bananenaktion, wie auch andere Organisationen, sich dem „marxistischen Konzept ‚Entwicklungshilfe = Befreiungshilfe‘“ angeschlossen hätten. Dieses Konzept gehe zurück auf den „Brasilianer Paulo Freire, Verehrer Lenins und des kubanischen Diktators Castro“, angestrebt werde eine „Schulung für die ‚Selbstbefreiung‘, d. h. die Revolution“.

Abschliessend wird eine sehr starke Attacke gefahren, bei der eine Verbindung zwischen „sozialistischen Staaten“ und der Bananenaktion gezogen wird :

„Was zu denken gibt: Skrupellos nehmen in- und ausländische ‚Befreiungshelfer‘ die zwangsläufigen ‚Begleiterscheinungen‘ des angestrebten Sozialismus in Kauf: Tausende von Toten, Tausende von politischen Gefangenen, brutalste Unterdrückung der Menschenrechte, Flüchtlingsströme noch und noch. Seltsamerweise müssen ja alle ‚befreiten‘ Staaten die Bevölkerung mit Gewalt davon abhalten, ihrem sozialistischen Paradies zu entfliehen ...

Wen das nicht stört, spendet beim Kauf von Bananen 15 Rappen für ‚Befreiungshilfe‘. Die Schweiz wird ja weiterhin allfällige Flüchtlinge aufnehmen können – solange sie selber noch nicht ‚befreit‘ ist.“²²⁴

Hier werden die Bananenfrauen mitverantwortlich gemacht für Menschenrechtsverletzungen in sozialistischen Staaten, die unbestreitbar sind. Allerdings weiss der Autor sehr genau, dass er mit dieser Verbindung den Erfolg der Aktion stark belasten kann. Dies zeigt wiederum, dass die Schweizer Öffentlichkeit im Kalten Krieg sehr empfindlich auf solche Diffamierungen war, daher auch die scharfen Gegenantworten, die ich anschliessend

²²³ Ganzer Abschnitt zitiert nach: Langenthal – ein Leserbrief und eine Antwort, in: Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen, 1977. Das Zitat aus der National-Zeitung vom 13. Dezember 1975 ist durch den Autor des Leserbriefes korrekt wiedergegeben, wie eine Überprüfung im Archiv zeigt.

²²⁴ Langenthal – ein Leserbrief und eine Antwort, in: Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen, 1977. Auslassungen im Original.

untersuchen werde. Besonders schlimm wirkt der Vorwurf, der ganz am Schluss des Leserbriefes indirekt erhoben wird; es wird eine drohende Revolution in der Schweiz angetönt, die diskursiv in Verbindung mit den Bananenaktionen steht. Dieser Vorwurf wird bezeichnenderweise nicht weiter ausgeführt, die Unterstützer werden aber für eine allfällige „Befreiung“ der Schweiz, in der Mentalität des Autors als „Revolution“ verstanden, mitverantwortlich gemacht.

Die Reaktionen, wovon eine in der Bananen-Zeitung von 1977 publiziert wurde, und von daher in einem gewissen Sinn als eine allgemeinere Positionierung der ganzen Bananenaktion gelesen werden kann, während sich die zwei weiteren als Antwortleserbriefe in den ‚Berner Nachrichten‘ fanden, fallen sehr deutlich aus. Daher kann von einer gesellschaftlichen Relevanz ausgegangen werden, auch wenn die mediale Öffentlichkeit nicht verallgemeinernd gesetzt werden soll. Sehr deutlich wird in allen drei Antworten der diskursive Streit um die Setzung von Begriffen wie „politisch“ und um die Setzung der Dichotomie „Kapitalismus – Marxismus“. In diesem Streit um die Definitionsmacht sehe ich wiederum ein Merkmal der Neuen Sozialen Bewegungen, zusätzlich ist er mir Gradmesser für die Wirkung der Mentalität des Kalten Krieges, der abweichende Meinungen nicht zulässt, durch die Dritte-Welt-Bewegung aber gerade sehr stark in Frage gestellt wurde.

Die drei Antworten auf den Leserbrief erscheinen am 6. April 1977 unter dem Obertitel „Bananen mit marxistischer Schlagseite?“ in den Berner Nachrichten.²²⁵ Interessant ist, dass alle drei Antworten genau auf die Definition von „politisch“ eingehen und gleichzeitig die Verbindung zu sozialistischen Ländern scharf zurückweisen. So schreibt ein Herr Pauli von Langenthal:

„Wenn sich die Bananenaktion als politisch bezeichnet, so tut sie dies in viel allgemeinerem Sinne, als Sie das auffassen. Sie sieht nicht nur die Ideologien des Westens und des Ostens, deren eine es zu bekämpfen und die andere zu verwirklichen gäbe. ... Dass es Machtstrukturen gibt, in denen es Unterdrückte gibt, ist Tatsache. Sie reden von ‚Toten, politischen Gefangenen, Unterdrückung der Menschenrechte‘. Das gibt Ihnen zu denken. Aber: Gibt es nicht auch heute Strukturen, die beileibe nicht sozialistisch sind, in denen aber die gleichen Dinge geschehen, wie Sie sie uns beschrieben haben! Sind diese Strukturen für Sie entschuldigt und gar nicht ungerecht? Sollen wir diesen Unterdrückten – ob von links oder von rechts – nicht helfen?“²²⁶

In dieser Antwort zeigt sich schön einerseits das unterschiedliche Verständnis des Politikbegriffs, andererseits die starke Abwehr der Mitverantwortung für die Unterdrückung in sozialistischen Ländern. Deutlich wird auch der Autor angegriffen, in seinem Denkschema

²²⁵ Bananen mit marxistischer Schlagseite?, Berner Nachrichten, 6. 4.1977. In: SozArch 81.1 Z ZA Sonderdossier Max Havelaar.

²²⁶ U. Pauli, Langenthal, in: Bananen mit marxistischer Schlagseite?, Berner Nachrichten, 6. 4.1977. In: SozArch 81.1 Z ZA Sonderdossier Max Havelaar.

zwischen zwei Arten der Unterdrückung zu unterscheiden und nur die eine zu kritisieren. Damit ginge es nicht mehr um den Menschen sondern um ideologische Kämpfe.

Diese Trennung entlang der Linie des Kalten Krieges, zwischen „Marxismus“ und „Kapitalismus“, kritisiert auch weiterer Antwortleserbrief:

„Es gibt nach Auffassung ... [des Autors; d. V.] offenbar nur zwei Kategorien: Das sind die zu lobenden Kapitalisten und die zu verdammenden Marxisten. Trefflich hat ein Kabarettist einmal den Unterschied zwischen Kapitalismus und Kommunismus so formuliert: Im Kapitalismus wird der Mensch durch den Menschen ausgebeutet. Im Kommunismus ist es genau umgekehrt. ... Aber ist bei uns tatsächlich so ganz alles in Ordnung, so sehr, dass wir keine Strukturen verändern müssen? Ist es z. B. nicht gerade Aufgabe der Christen, die Verantwortung allen Menschen gegenüber immer wieder neu zu überdenken. Und wenn nun die ‚Bananenfrauen‘ auf Missbräuche im kapitalistischen System hinweisen, so ist es glatte Verleumdung, wenn ihnen marxistische Schlagseite vorgeworfen wird.“²²⁷

In dieser zwar mit Witz versehener Antwort zeigt sich ein sehr scharfer Ton, mit dem gegen die Vorwürfe angeschrieben wird. Dies zeigt die Brisanz und enorme Wirksamkeit solcher diskursiven Angriffe, daher werden im Interesse eines Erfolges der Bananenaktion deutliche Worte wie „Verleumdung“ verwendet. Spannend ist hier auch der Rückbezug auf die christliche Verpflichtung, die ja von den Bananenfrauen immer sehr stark in den Vordergrund gestellt wurde und der uns bereits bei anderen Antworten auf diskursive Angriffe begegnet ist.

Nun soll aber der dritte und ausführlichste Antwortbrief untersucht werden, der, wie bereits gesagt, in der Bananen-Zeitung von 1977 in der vollen Länge als Antwort auf den Leserbrief publiziert wurde und von daher eine gewisse offiziöse Haltung der Bananenaktion darstellt. Sehr spannend sind die einleitenden, sehr versöhnlichen Worte, die in der Bananen-Zeitung vorangestellt wurden. Da heisst es nämlich, „es ist gut, wenn das Gespräch zustande kommt, sei es im persönlichen oder im öffentlichen Bereich. Auch wenn immer nur einzelne Punkte herausgegriffen werden können, sind es Hilfen zum Weiterdenken.“²²⁸ Diese Worte könnten den Ton des Leserbriefes und auch der Antwort vergessen machen, zeigen sie doch deutlich eine kommunikationsbereite, unverbissene Haltung an. Dennoch lässt die Antwort an Klarheit nichts zu wünschen übrig.

Bezugnehmend auf die Vorwürfe schreibt Heinz Stöckli, er selber ein Mithelfer der Bananenaktion in Langenthal:

„Ich werde das Gefühl nicht los, dass Sie mit ein paar ‚Schreckgespenstern‘, wie ‚Lenin‘, ‚Castro‘, ‚Bekämpfung des Kapitalismus‘, ‚Revolution‘, ‚Sozialismus‘, möglichst viele Leute verunsichern und so dem guten Zweck der Aktion schaden wollen. Dabei sind Ihnen aber (absichtlich?) einige grobe Vereinfachungen und Unwahrheiten unterlaufen. Natürlich haben Sie recht, wenn Sie sagen, dass die Bananenaktion nicht unpolitisch sei. Denn sobald man für jemanden Stellung bezieht, betreibt man Politik;

²²⁷ H. Ruprecht, Burgdorf, in: Bananen mit marxistischer Schlagseite?, Berner Nachrichten, 6. 4.1977. In: SozArch 81.1 Z ZA Sonderdossier Max Havelaar.

²²⁸ Langenthal – ein Leserbrief und eine Antwort, in: Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen, 1977.

und die Bananenaktion ergreift eindeutig Partei *für* die Dritte Welt. Aber ich sehe nicht ein, warum Politik und Humanität hier nicht vereinbar wären. (Seit wann ist Entstehen für Gerechtigkeit nicht human?). Das Ziel der Aktion ist bewusst nicht blosses ‚Geldsammeln‘. Man nimmt die Gelegenheit wahr, um auf die Ungerechtigkeiten im Handel mit den Entwicklungsländern aufmerksam zu machen (= *Bewusstseinsbildung*). Das Fernziel wäre dann die Anerkennung des Entwicklungslandes als gleichberechtigten Handelspartner (= Bezahlung eines gerechten Preises). Bekämpft wird dabei nicht allgemein die kapitalistische Wirtschaftsordnung (sprich freie Marktwirtschaft) sondern nur deren Auswüchse, die dem Erreichen dieses Zieles entgegenwirken (z. B. Grosskonzerne). ... Die Arbeiter in den Entwicklungsländern sollen weder für die Revolution aufgewiegelt, noch für ein bestimmtes Staatssystem gewonnen werden. Es wäre vermessen, ihnen nach *unserem* Gutdünken etwas aufzuzwingen. Darum versucht man lediglich, ihnen mittels Schulung ein Selbstbewusstsein zu vermitteln und der politischen Apathie entgegenzuwirken.

Gestatten Sie mir noch eine letzte Zusatzbemerkung. Sie prangern zwar die ‚Befreiungshelfer‘ an, weil sie angeblich skrupellos tausende Tote in Kauf nehmen. Mit Ihrer Meinung ... sind Sie jedoch für den Status quo. Nun frage ich mich, ob Sie damit nicht weit mehr Tote (Hunger!), Elend und eine ebenso brutale wie perfide Unterdrückung der Menschenrechte (Ausbeutung!) in Kauf nehmen?“²²⁹

Der Autor sagt hier ganz deutlich, dass mit der diskursiven Verbindung der Bananenaktion mit den von ihm zitierten Begriffen der ganzen Aktion geschadet werden soll. Dagegen verwahrt er sich deutlich, indem er den Politikbegriff offener deutet und sich klar gegen eine blosser Entwicklungshilfe wendet, sondern für die „Bewusstseinsbildung“ votiert. Die erneute Erklärung der Ziele der Bananenaktion verdeutlicht die offenbaren Schwierigkeiten, diese in der Öffentlichkeit klar zu machen, und zeigt zudem die Neuigkeit der Denkweise dieser Bewegung. Auch die offen vermutete Absichtlichkeit der „Unwahrheiten“ wird angeführt, was die Ernsthaftigkeit des diskursiven Streites zeigt. Die von beiden Seiten eingebrachten Unterstellungen und Verdächtigungen, der diskursive Gegner könnte unredlich sein und seine Motive nicht offen darlegen, zeigen die innenpolitische Disziplinierung des Kalten Krieges und die damit einhergehende Mentalität. Zum Schluss werden die Worte sehr deutlich, der Ton sehr angriffig, was die Wichtigkeit der Positionierung verstärkt und Vermutungen über einen bereits spürbaren Schaden durch den Leserbrief bei der Langenthaler Bananenaktion aufkommen lassen.

3.2.3. „Bürgerlich und harmlos“

Die Bananenfrauen wurden allerdings nicht nur der „Linkslastigkeit“²³⁰ bezichtigt, sondern auch von der Gegenseite angegriffen, wenn auch seltener. Interessant ist dazu die Reaktion der Bananenfrauen anlässlich der Versammlung von 1976 an der ETH Zürich, bei der sie als „bürgerlich und harmlos, mit zwar guten Ideen, aber ohne Durchschlagskraft“²³¹ bezeichnet wurden. Die Studenten wollten den Bananenaufpreis einer Befreiungsbewegung, zum

²²⁹ Langenthal – ein Leserbrief und eine Antwort, in: Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen, 1977. Kursive Hervorhebungen im Original.

²³⁰ Brunner; Ursula. Bananenfrauen, S. 33.

²³¹ Brunner; Ursula. Zum Beispiel Bananen, S. 50.

Beispiel dem südafrikanischem ANC²³² zukommen lassen. Die Bananenfrauen wehrten sich, da sie „nicht einfach die harmlosen Frauen sein [wollten], die nicht so recht begriffen, worum es ging“²³³, und antworteten den Studenten:

„Euer Vorschlag mag ja gut sein, aber wir reden nicht nur, wir tun auch tatsächlich etwas. Ich frage nun Euch: was macht denn Ihr?“²³⁴

Zusammenfassend soll festgehalten werden, dass die diskursiven Angriffe in aller Schärfe abgewehrt wurden und gleichzeitig dafür eine Öffentlichkeit hergestellt wurde, indem die Leserbriefe und Stellungnahmen in den Publikationen der Bananenfrauen breiten Platz fanden. Offensichtlich bestand die Notwendigkeit der Selbstpositionierung. So sind auch die hier untersuchten Angriffe exemplarisch zu verstehen, da sie schriftlich überliefert wurden. Allerdings ist von sehr häufigen Diskussionen und Angriffen in Gesprächen auf offener Strasse während den eigentlichen Aktionen auszugehen. Diese Erfahrungen werden auch zur den untersuchten Stellungnahmen geführt haben. Wichtig erscheint mir, dass die Angriffe sich einerseits um die Definitionsmacht von Begriffen drehen, die aber nicht willkürlich sind, sondern genau Neudefinitionen oder Neuverständnisse der Neuen Sozialen Bewegungen darstellen, andererseits geht es darin um die Denunziation als subversiv und prosozialistisch ergo staatsgefährdend. Dass diesen diskursiven Unterstellungen so scharf begegnet werden muss, zeigt die potentiell schädliche Wirksamkeit solcher Angriffe auf den Erfolg einer öffentlichen Aktion in der Schweizer Gesellschaft der 1970er Jahre.

3.3. Weiterführungen der Bananenaktion am Beispiel von Zürich 1974

Hier soll die Wirkungsgeschichte der modellhaften Aktion von Frauenfeld am Beispiel der Aktion von Zürich gezeigt werden. Dies aus Gründen der Quellenlage, es fanden aber auch in St. Gallen, Basel, Bern, Burgdorf, Biel, im Kanton Schaffhausen, im Rheintal, im Fürstentum Liechtenstein und in Engadin Aktionen statt.²³⁵ Dabei liegt der Fokus auf dem verbreiteten Informationsmaterial und der darin gefundenen Positionierung der Aktionsgruppe.

²³² Der südafrikanische African National Congress (ANC) wurde 1912 gegründet und war ab 1940 durch einen kämpferischen afrikanischen Nationalismus geleitet. Er war die wichtigste Gegenorganisation zum Apartheid-Regime und konnte 1994 die ersten demokratischen Wahlen der Republik Südafrika für sich entscheiden und das lange Jahre inhaftierte Mitglied Nelson Mandela zum Präsidenten wählen. Vgl. Südafrika, in: Das Afrika-Lexikon. (Hg. Jacob E. Mabe). Wuppertal, Stuttgart und Weimar 2001. S. 600 – 609.

²³³ Brunner, Ursula. Bananenfrauen, S. 33.

²³⁴ Aussage von Heidi Da Rugna; zit. nach: Brunner, Ursula. Bananenfrauen, S. 33.

²³⁵ Einen Überblick über die Aktivitäten bietet die Chronik der Bananenaktionen in Brunner, Ursula. Zum Beispiel Bananen, S. 35-39.

Speziell für den Anlass am 29. Juni 1974 in Zürich wurde ein Reader²³⁶ zusammengestellt. Dieser wurde zusammen mit einer Gratisbanane, dies war in Ermangelung von Alternativen wie in Frauenfeld im Vorjahr eine Chiquita-Konzernbanane, an die Passanten verteilt. Im Reader sind die folgenden Ziele der Aktion formuliert: Neben der Aufforderung an die Konsumenten sich bereit zu erklären, 15 Rappen mehr pro Kilo Bananen zu bezahlen, um so die „Grossverteiler (Migros, Coop u. a.)“ zu bewegen, unter den Genossenschaftlern eine Umfrage über eine Erhöhung des Bananenpreises durchzuführen, wurden auch konkrete Ziele mit dem gesammelten Geldbetrag angestrebt:

„ Die Bananenaktion von Zürich ...

- ist diese Bereitschaft [den Aufpreis von 15 Rappen pro Kilo Bananen zu bezahlen; d. V.] da, so könnten diese 15 Rp. von den Lebensmittelgeschäften eingezogen werden. Sie würden unter Umgehung der Konzerne direkt in die gut ausgewiesenen Entwicklungsprojekte (via bestehende Hilfswerke wie HEKS, Fastenopfer, Helvetas) in den Bananenländern eingesetzt, um so einen Beitrag zur Bewusstseinsbildung und Schulung und damit zur Befreiung der dortigen Bevölkerung zu leisten.“²³⁷

Dieser Hinweis auf eine „Befreiung“, die noch nicht vollzogen wurde, nimmt direkt Bezug auf eine linke Geschichtsinterpretation, die in den wirtschaftlichen Abhängigkeiten eine Weiterführung oder gar eine Neuauflage des Kolonialismus sieht.²³⁸ Dies wird im untersuchten Reader auch deutlich so gesagt, wenn darauf hingewiesen wird, dass es sich bei den „Bananenrepubliken“ um Monokulturen aus der Kolonialzeit handelt. Auch werden marxistische Diskurse aufgenommen, wenn von „kapitalistischer Welt“ oder „kleiner südamerikanischer Kapitalistenklasse“ gesprochen wird. Dieser Diskurs soll nun in einem längeren Zitat gezeigt werden, um so deutlich zu machen, wie stark auch die Autoren des Readers zur Bananen-Aktion in Zürich in einem mentalen Kalten Krieg verhaftet waren.

Im Reader wird das Länderbeispiel Guatemala sehr ausführlich dargestellt, darin wird nach einem Hinweis auf die Kultur der Maya und deren Beinahezerstörung durch die spanischen Kolonisatoren²³⁹, auf den Putsch von 1954 gegen die Präsidenten Alvario und Arbenz eingegangen:

„ Das Land erhielt eine freiheitliche Verfassung, Organisationen wurden wie Parteien wieder zugelassen und u. a. eine Sozialversicherung und ein Versicherungsschutz geschaffen. Das Hauptwerk der Regierung war die Landreform, Jedoch nur die unbebauten Teile des Grossgrundbesitzes über 90 ha wurden – gegen Entschädigung enteignet. Die Reform betraf vor allem die UFC [United Fruit Company, eine der drei grossen Bananenfirmen; d. V.]. Ist es deshalb verwunderlich, dass plötzlich vom Kommunismus in Guatemala die Rede war, von einem kommunistischen Brückenkopf in Lateinamerika.

²³⁶ Ganzer Abschnitt nach: Bananen-Aktion, Zürich 1974.

²³⁷ Bananen-Aktion, Zürich 1974, S. 1.

²³⁸ Ganzer Abschnitt nach: Bananen-Aktion, Zürich 1974, S. 5-12.

²³⁹ Vgl. dazu auch die entsprechenden Seiten im engagierten Buch von Galeano, Eduardo. Die offenen Adern Lateinamerikas, S. 187-191.

Die Lage verschärfte sich zusehends. Am 19. Juni 1954 schliesslich fielen 1000 Söldner, die unter der Leitung von CIA-Offizieren standen, von Honduras aus in Guatemala ein, und 1 Woche später begannen amerik. Flugzeuge Guatemala 12 Tage lang zu bombardieren, ohne auf nennenswerten Widerstand zu stossen. Daraufhin musste die Regierung abdanken. Alle Reformen wurden aufgehoben, zu den Toten des Luftangriffs kamen nun noch die Opfer einer blutigen Säuberung.

Um die Rolle der UFC in diesem Konflikt zu verstehen, ist wichtig zu wissen, dass sie ihre Vertreter in den höchsten amerik. Regierungsämtern hatte.

- Der amerik. Aussenminister John F. Dulles war Grossaktionär
- Dessen Bruder Chef des Geheimdienstes CIA
- Der Vorsitzende des Weltsicherheitsrates, Lodge, war Mitglied der Finanzgruppen
- Der Präsident der UFC Thomas Cabot leitete 50/51 das Amt für internationale Sicherheit im Aussenministerium.

Es ist anzunehmen, dass die UFC Flugzeuge bezahlt hat und die Truppen angeworben und bezahlt, denn sie war schliesslich auch am meisten von den Sozialreformen ‚betroffen‘.

Eine Lösung?

Es scheint, dass wir machtlos sind gegen die Ausbeutung und Unterdrückung internationaler Konzerne. Die betroffenen Länder sind weit weg.

Aber wir machen es uns zu einfach, wenn wir alle Schuld auf die UFC abwälzen. Denn auch wir profitieren durch ihre Ausbeutung, auch wir freuen uns über billige Bananen.²⁴⁰

Es soll hier nicht darum gehen, die hier präsentierte Geschichte Guatemalas zu überprüfen, vielmehr will ich sie als Ausdruck eines zutiefst durch den Kalten Krieg geprägten Weltbildes sehen. Die Interpretation des Bananenkonzerns *United Fruit Company* als Agent des US-Geheimdienstes CIA, personelle Verflechtungen auf höchster Ebene, militärische Intervention in ein friedliches Land, all dies wurde dem Leser mit einer Banane in der Hand präsentiert und hat so seine Wirkung erzielt. Hier wird ebenso auf der Klaviatur des Kalten Krieges gespielt, die USA werden in Verbindung mit dem Konzern zu den Schuldigen. Sehr spannend ist auch der zu den Schweizer Konsumenten geschlagene Bogen zum Schluss des Textes, der eine moralische Mitschuld deutlich ausspricht.

²⁴⁰ Zum Beispiel Guatemala, von kk, in: Bananen-Aktion, Zürich 1974, S. 13-14.

4. Bananen aus Nicaragua 1985 – 1990

In den Jahren von 1973 bis 1985 haben die Bananenfrauen immer die von ihnen mit einem Aufpreis versehenen Bananen der grossen Konzerne verkauft, dies aber mit Informationsarbeit verbunden.

Im Mai 1985 aber kamen konzernunabhängige Bananen in Europa auf den Markt. Es waren die Bananen aus dem sandinistischen Nicaragua, über das die USA am 7. Mai 1985 ein Handelsembargo verhängt hatten.²⁴¹ Der Geschichte dieser Bananen, sie sollten bald den Namen „Nica-Bananen“ erhalten, soll hier zum Abschluss nachgegangen werden. Wie fanden diese Bananen den Weg in die Schweiz? Welche Informationen wurden beim Verkauf mitgeliefert? Welche Rolle spielte das Herkunftsland? Wie wurde die Situation Nicaraguas gesehen? Sind Aussagen möglich, ob und wie sich eine Zusammenarbeit mit den bestehenden Zentralamerika-Solidaritäts-Gruppen ergab?

4.1. Die Nica-Banane kommt!

Im Mai 1985 kamen zum ersten Mal Bananen aus Nicaragua, das seit 1982 nur die USA beliefert hatte, nach Europa.²⁴² Das von der Reagan-Administration verhängte Handelsembargo änderte nun aber die Situation schlagartig. Die Bananen kamen über eine Handelsfirma nach Belgien, trafen aber auf den europäischen Markt, der traditionell stark in der Hand der drei grossen Bananenkonzerne *United Fruit Company (Chiquita)*, *Del Monte* und *Standard Fruit Company* war. Auch traten Schwierigkeiten mit der Qualität auf, da der Schiffweg nach Europa länger war. Die Bananen mussten in Nicaragua zu einem früheren Zeitpunkt geerntet werden, damit sie in Belgien nicht bereits überreif ankamen. Die Bananenfrauen sahen ihre Aufgabe darin, den Bananen aus Nicaragua einen Markt zu schaffen und zwar so, dass die Importeure eine Nachfrage spürten. Eine wichtige Motivation war die Konzernunabhängigkeit dieser Bananen, die so eine echte Alternative darstellten:

„Jetzt beenden wir die Symbolaktionen, mit dem 15-Rappen-Aufpreis auf Chiquita-Bananen! Ab sofort wird alles gestoppt! Jetzt treten wir endlich selbst in den Markt ein!“²⁴³

So wurde im März 1986 zusammen mit OS3 eine grosse Verkaufsaktion durchgeführt, dabei wurden innerhalb von zwei Tagen 45 Tonnen Nicaragua-Bananen verkauft.²⁴⁴ Die für diese

²⁴¹ Für einen knappen Abriss über die Situation Nicaraguas und Literaturhinweise, vgl. das Kapitel 2. Der Nicaragua-Kaffee: 1980 - 1990. Mit Bezug zu Bananen ist auch Brunner: Bananenfrauen, S. 186-187 und Skrodzki und Brunner: Bananen: Konsequenzen des Geschmacks, S. 62-67 spannend.

²⁴² Ganzer Abschnitt nach Skrodzki und Brunner: Bananen: Konsequenzen des Geschmacks, S. 65-67 und S. 78-80.

²⁴³ Aussage von Aenni Rotzler, zit. nach: Brunner, Ursula. Bananenfrauen, S. 71.

²⁴⁴ Skrodzki und Brunner: Bananen: Konsequenzen des Geschmacks, S. 79.

breite öffentliche Aktion hergestellten Unterlagen und Kundeninformation sollen genauer untersucht werden. Dabei liegt der Fokus speziell auf der anvisierten Kundensicht.

4.2. „Nicas statt Chiquitas“ – die Aktion 1986

Im für die Aktion verfassten Flugblatt heisst es, beziehend auf das Herkunftsland Nicaragua:

„ Bananen aus Nicaragua, weil

- seit dem Handelsbargo der USA für Nicaragua keine andere Absatzmöglichkeit besteht,
- diese Bananen direkt durch das Produzentenland vermarktet werden, das heisst Profit für Nicaragua, kein Profit für die Multis
- die NicaraguanerInnen auf den Plantagen für ihre eigene gemeinsame Sache arbeiten,
- es Nicaragua ums Überleben geht.

Natürlich wäre es am 'idealsten', wenn Nicaragua keine Bananen exportieren müsste, wenn es die problematischen Monokulturen nicht gäbe, wenn ...

... aber Nicaragua ist nicht in einer 'idealen' Situation. Deshalb bedeutet diese Aktion

praktische, konkrete Solidarität²⁴⁵

Der Fokus wird sehr stark auf das Land gelegt, dabei wird suggeriert, dass schon alleine das Handelsbargo der USA ein Verkaufsargument darstellt, auch wird das „Überleben“ des Landes als vom Bananenverkauf abhängig dargestellt. Dies weckt den Eindruck eines stark ideologisch aufgeladenen Konfliktes, der sich nun mit den Bananen auch in die Schweiz verlagert. Meine These ist, dass mit dem Hinweis auf die Situation Nicaraguas die schweizerischen Zentralamerika-Solidaritäts-Gruppen und allgemein linke, wirtschaftskritische - daher der Hinweis auf die „Multis“ - Gruppierungen angesprochen werden. Damit findet eine bewusste Positionierung der Bananenbewegung und der Fair-Trade-Bewegung statt, mit der gleichzeitig eine Abkehr von einer breiteren Schweizer Öffentlichkeit und damit potentiellen Kundschaft verbunden ist. Dies kann aber durchaus gewollt sein, geht es doch hier darum, den Nica-Bananen einen langfristigen Markt zu öffnen, dieser kann sich nur in einer treuen Nicaragua-Solidaritäts-Kundschaft finden, und nicht um eine einmalige Verkaufsaktion für eine breite angesprochene Schicht. Es ist allerdings auch denkbar, dass die Verantwortlichen der Meinung sind, die Nica-Bananen seien bereits durch ihr Herkunftsland Nicaragua derart ideologisch aufgeladen und positionierten sich damit in einer schweizerischen Kalten Kriegs-Mentalität, so dass eine breitere Kundschaft ohnehin nicht angesprochen werden kann.

²⁴⁵ Flugblatt Nica-Bananen-Aktion 1986. (SozArch WMN QS). Hervorhebungen und Auslassungen im Original.

In diesem Zusammenhang sind auch die beiden Rundbriefe der *Erklärung von Bern* interessant. Auch diese entwicklungspolitische Organisation hat sich der breiten gesamtschweizerischen Aktion angeschlossen und darauf in ihren Mitglieder-Rundbriefen zweimal grössere Artikel publiziert, die auf die Aktion hinweisen und die Mitglieder zum Kauf von Bananen oder der Teilnahme an der Aktion bewegen sollen. Im ersten Rundbrief heisst es:

„Die Erklärung von Bern unterstützt die Nicaragua-Bananenaktion

Werden wir unseren Prinzipien untreu? Die Bananen entsprechen zwar in vielen Punkten nicht unseren Wunschvorstellungen. Je länger wir uns jedoch mit den komplexen Agrar- und Weltwirtschaftsfragen beschäftigen, desto mehr werden wir gezwungen zu differenzieren und bei unseren ‚Idealvorstellungen‘ Prioritäten zu setzen.

Im Falle der Nicaragua-Bananen haben wir uns entschieden, der **Solidarität mit der nicaraguanischen Bevölkerung** den Vorzug zu geben. ... Es geht für die Nicaraguaner ums Überleben, denn es gilt, die Unabhängigkeit gegenüber Konzernen, gegenüber der US-Administration und trotz des Wirtschaftsembargos zu erhalten.

Das Mitmachen bei der Aktion ‚Nicas statt Chiquitas‘ ist deshalb praktische, konkrete Solidarität.²⁴⁶

Deutlich wird das Ansprechen einer spezialisierten Kundschaft, das würde die obengenannte These einer Schaffung einer längerfristigen Kundenschicht stützen. So heisst es auch abschliessend im Artikel:

„Wir hoffen, dass die einmalige Aktion bahnbrechend wirkt und ‚normale‘ Verkaufskanäle öffnet. Als kritische, solidarische KonsumentInnen könnten wir dann ab und zu Nicaragua-Bananen kaufen und auch weiterhin sagen, weshalb wir das tun.“²⁴⁷

Das Hervorheben der Notwendigkeit der Solidarität mit dem Land, das unter dem US-Handelsembargo ums Überleben kämpfe und die klare Benennung der Herkunft deute ich ebenfalls als klares Signal an eine schon speziell informierte, eher wirtschaftskritische, linke Kundschaft.

So wird auch im zweiten Rundbriefartikel deutlich davon gesprochen, wie der Kauf von Nicaragua-Bananen zu verstehen sei:

„Nicaragua muss trotz Wirtschaftsboykott und Kriegstreiberei der USA überleben. Regelmässige Importe von Nicaragua-Bananen sind ein Beitrag dazu.“²⁴⁸

Durch das klare Hervorheben der Unterstützung für Nicaragua und nicht der Anliegen des Fairen Handels wird eine eindeutige Positionierung erkennbar. Auch die unmissverständliche

²⁴⁶ Rüesch, Dorothea. Bananen aus Nicaragua – eine Herausforderung. In: Solidarische Entwicklung, Rundbrief der Erklärung von Bern, Nr. 1, 1986. S. 3. (SozArch Ar 430.90.2). Hervorhebungen im Original.

²⁴⁷ Ebd.

²⁴⁸ Favre, Gaby. Bananen-Aktion. In: Solidarische Entwicklung, Rundbrief der Erklärung von Bern, Nr. 2, 1986, S. 2. (SozArch Ar 430.90.2).

Thematisierung und Ablehnung der Tätigkeiten der USA wird deutlich und trägt zum Bild einer angesprochenen linken Kundschaft bei. Dass die damit zumindest in Kauf genommene Abkehr von einer breiteren Schweizerische Öffentlichkeit gewollt war, kann vermutet werden. Allerdings richten sich die Mitgliederrundbriefe der *Erklärung von Bern* auch nur an eine spezialisierte mögliche Kundschaft, die Kundeninformationen an eine breitere Öffentlichkeit wären allenfalls weniger auf das sandinistische Nicaragua ausgerichtet gewesen.

4.3. Solidarität mit Nicaragua oder Gerechter Handel

Ab April 1986 wurden wöchentlich 2500 Kisten Nica-Bananen in der Schweiz verkauft, teils über kommerzielle Händler, teils über die Dritte Welt-Läden. Ab Juli sank dann allerdings die Nachfrage. Deshalb bedurfte es auch im Sommer 1987 einer verstärkten Informationsarbeit, vor allem da noch der Name der Bananen aus Nicaragua geändert wurde, was Händler und Konsumenten gleichermassen verwirrte.

Ab 1987 wurde wieder ein Aufpreis verlangt. Der Solidaritätsbeitrag auf die Nica-Bananen betrug nun 10 Rappen pro Kilo und wurde auf Betreiben der Importgenossenschaft OS3 gegen den Widerstand der Bananenfrauen erhoben, die darin ein Rückschritt zu ihrem alten Aufpreis-System sahen, das nun endlich überwunden werden sollte. Der Aufpreis floss in den Solidaritätsfonds und war für Projekte in den Bananenplantagen bestimmt. So wurde beispielsweise eine mobile Ambulanz, eine Kindertagesstätte und die Herstellung von Kindernahrung unterstützt.²⁴⁹ In den Quellen findet sich leider wenig über den Widerstand gegen diesen Beitrag, auch über die Beweggründe von OS3 für diesen Aufpreis wird nur wenig Explizites gesagt. Dies erstaunt umso mehr, als ja der Vorteil der Nica-Bananen eben gerade die Konzernunabhängigkeit war. Damit konnte ein gerechter Preis bereits direkt mit den Produzenten ohne einen speziellen Aufpreis erzielt werden. Als Vorteil wurde das schnelle Zurückfliessen des Geldes nach Zentralamerika genannt, sowie die sichtbare und effiziente direkte Verbesserung der sozialen Lebenssituation in den Plantagen.²⁵⁰ Ein weiterer Grund könnte allerdings in einem Wunsch der Konsumenten in der Schweiz liegen. Mit dem Aufpreis, der in den Solidaritätsfonds fliesst und so nicht an den sandinistisch-nicaraguanischen Staat geht, könnte allfälligen ideologischen Hemmnissen von Konsumenten zum voraus entgegengewirkt werden. Diese These wird durch die Aussage des damaligen Nationalrates Franz Steineggers gestützt:

„Ich habe keine Sympathie mit der sandinistischen Machtergreifung nach dem Sturz des Somoza-Clans und auch nicht mit dem sandinistischen Regime in Nicaragua. Meine Sympathie gilt dem nicaraguanischen Volk, dessen Wunsch nach Freiheit, Gerechtigkeit und Demokratie noch weitgehend unerfüllt ist. Trotz Export über

²⁴⁹ Vgl. dazu Bananen-Zeitung Solidaridad. (Hg. gebana AG), März 1988 und Brunner; Ursula. Bananenfrauen, S. 83, 92-93.

²⁵⁰ Brunner, Ursula. Bananenfrauen, S. 83.

eine staatliche Unternehmung geht der Solidaritätsbeitrag direkt zurück an die Produzenten. Diese Bauern verdienen unsere Unterstützung. Ebenso verdienen Aktionen Unterstützung, welche eine möglichst optimale Rückführung der Erträge an die Produzenten in den Entwicklungsländer zum Ziele haben.“²⁵¹

So gesehen, wäre der Solidaritätsbeitrag eine Konzession an die Konsumenten in der Schweiz, um einen höheren Absatz der Nica-Bananen zu ermöglichen. Diese These widerspricht natürlich bis zu einem gewissen Grad meiner oben ausgeführten einer Schaffung einer treuen Zentralamerika-Solidaritäts-Kundschaft. Allerdings darf bei verschiedensten Akteuren auch nicht nur monokausal gedacht werden, es können in verschiedenen Publikationen auch verschiedene Positionen vertreten sein, gerade bei einer zeitlichen Differenz des Erscheinens. Auch sind bei dieser heterogenen Bewegung gleichzeitig unterschiedliche Positionen möglich. Dennoch bleibt eine Unsicherheit in Bezug auf die anvisierte Kundschaft bestehen; sollen die Nica-Bananen von Dritte Welt-Aktivist*innen, die sich bereits stark mit der sandinistischen Revolution solidarisieren oder von einer breiten schweizerischen Öffentlichkeit gekauft werden, zu der auch der FDP-Nationalrat Franz Steinegger gehört?

Sehr spannend für das Verhältnis der Solidarität mit Nicaragua und den Anliegen des Fairen Handels ist in diesem Zusammenhang auch folgende Aussage, die Ursula Brunner in ihrem Buch rückblickend über die Zeit der Nica-Bananen macht:

„Eine andere Schwierigkeit war der Begriff Solidarität. Bananen kaufen und verkaufen aus Solidarität mit Nicaragua, oder Bananen auf dem kommerziellen Markt kaufen und verkaufen zu einem gerechten Preis, das sind zwei verschiedene Ebenen. Oft habe ich gespürt, wie schwierig es ist, den Leuten in Nicaragua, aber auch den Menschen hier zu erzählen, was wir wirklich wollten. Machen wir mit den Bananen Solidaritätsaktionen für Nicaragua oder Bewusstseinsbildung für mehr Gerechtigkeit im Handel mit der Dritten Welt? Während der Jahre der sandinistischen Regierung haben viele Konsument*innen und Konsumenten aus Solidarität mit Nicaragua Bananen gekauft. Das war ein legitimer und wichtiger Grund. Und trotzdem haben wir immer wieder versucht zu betonen, dass es uns mit den Nicaragua-Bananen vor allem um die Bewusstseinsbildung für mehr Gerechtigkeit im System unserer Weltwirtschaft gehe. Wie schwierig es war, klare Prioritäten zu schaffen, habe ich in zunehmendem Mass erfahren.“²⁵²

Diese Aussage spricht für erhebliche Schwierigkeiten der Festlegung einer einheitlichen Position innerhalb der Bewegung, schon nur in der Aussage von Ursula Brunner selber finden sich Widersprüche und ein Schwanken zwischen Nicaragua-Solidarität und Information über den Weltmarkt.

Es zeigt sich, dass der regelmässige Verkauf von Bananen argumentativ schwierig war. Anfänglich, weil er nicht ohne die Beteiligung der Konzerne möglich war, dann wieder, weil die Konzentration auf nur ein Herkunftsland den allgemeinen Informationsanspruch in den Hintergrund drängte. Wenn man überdies bedenkt, dass es auch verkaufstechnisch

²⁵¹ Aussage von Franz Steinegger, damaliger Nationalrat FDP, zit. nach Brunner, Ursula. Bananenfrauen, S. 116.

²⁵² Brunner; Ursula. Bananenfrauen, S. 109.

anspruchsvoll war, das doch recht empfindliche Frischprodukt zu handhaben, so wird deutlich, dass es von Seiten der Aktivisten einer fairen Banane einen langen Atem brauchte.

In der im März 1988 von der neu gegründeten *gebana AG*²⁵³ herausgegebenen Bananen-Zeitung, bewusst wurde der Name der Zeitungen der Bananenfrauen aus den Jahren 1973 bis 1977 gewählt, wird neben mit Fotos illustrierten Artikeln über die aus dem Solidaritätsbeitrag²⁵⁴ finanzierten Projekte, ein von Ursula Brunner verfasster Leitartikel publiziert. Dieser stellt so etwas wie ein Rückblick über die Geschichte der Nica-Bananen dar und ich möchte ihn hier am Schluss meines Kapitels über die Bananen stellen:

„ Seit drei Jahren kommen die Nicaragua-Bananen auf den Markt hier bei uns in Europa. Es war ein langer Weg und noch haben sie einen langen Weg vor sich, um wirklich den Durchbruch zu schaffen. Sie heissen nun nicht mehr NICA, sonder CARIZO, TIPITO und UNICA. Die Gründe für diesen Namenswechsel sind mannigfaltig. Wir haben sie zu akzeptieren und damit zu arbeiten.

Von dieser Arbeit möchte diese Zeitung berichten. Von den **Projekten** für die arbeitende Bevölkerung, die wichtig geworden sind für sie und für uns, denn sie schliessen die Kette von Produzenten, Vermarktern und Konsumenten. Wir möchten auch etwas sagen von der **Zusammenarbeit** über Grenzen hinweg ... in Sachen Nicaragua-Bananen, vom gemeinsamen **Solidaritätsfonds** und von der Utopie, dass die Bananen aus Nicaragua zu einem Zeichen nicht nur für eine gerechtere Wirtschaft, sondern auch für ein gemeinsames Handeln hier bei uns werden können.“²⁵⁵

²⁵³ Die *gebana AG* wurde im März 1988 aus den beiden losen „Arbeitsgemeinschaften Nicaragua-Bananen“ in der Schweiz und in Deutschland gegründet. Im Vorstand waren aber immer auch Vertreter der Hilfswerke, von OS3 und der Weltläden. Die *gebana AG* besteht bis heute. Vgl. dazu Brunner, Ursula. Bananenfrauen, S. 101-105 und Skrodzki und Brunner: Bananen: Konsequenzen des Geschmacks, S. 78-81.

²⁵⁴ Bananen-Zeitung Solidaridad. (Hg. *gebana AG*), März 1988.

²⁵⁵ Bananen-Zeitung Solidaridad. (Hg. *gebana AG*), März 1988. Hervorhebungen im Original.

TEIL D: JUTE

In diesem Teil der Arbeit steht das Produkt Jute im Zentrum. Jute, eine Naturfaser, die vor allem für Säcke, Teppichgrundgeflechte und Schnüre verwendet wird, ist eines der wenigen Exportprodukte von Bangladesh.²⁵⁶ Durch die Verdrängung durch den Plastik und die koloniale Abhängigkeit befindet sich das arme Land Bangladesh in noch grösserer Not als es durch politische Schwierigkeiten und Naturkatastrophen schon ist.²⁵⁷

In einem ersten Kapitel soll die Aktion „Jute statt Plastic“, die 1977 von der *Erklärung von Bern* initiiert und federführend betreut wurde, im Zentrum stehen. Hier geht es darum in drei Unterkapiteln die Aktion selber, die Kundeninformationen und zuletzt die Reaktionen und Kontroversen vorzustellen. Diese Kontroversen sollen in den Diskurszusammenhang einer Gesellschaft im Kalten Krieg gestellt werden. Diese Aktion, die als eine der grossen Erfolge der schweizerischen entwicklungspolitischen Bewegung gelten darf, hat entsprechend scharfe und heftige Kritik und Angriffe ausgelöst. In einem zweiten grossen Kapitel steht die Jute als Produkt bei OS3 im Zentrum. Die Auswirkungen auf die Entwicklung des Fairen Handels in der Schweiz soll gezeigt werden. Dabei geht es immer auch um das klassische Dilemma zwischen Information und Umsatz. Gleichzeitig will ich den Diskussionen, die am Beispiel Jute-Import bei den Akteuren des Fairen Handels geführt wurden, und den dabei verwendeten Argumenten nachgehen und so schliesslich die Jute als wichtiges Produkt beschreiben, das einen grossen Einfluss auf die Entwicklung von OS3 hatte. Es werden aber auch Themen wie kommerzielle Vermarktung und Angriffe gegen die Jute-Importförderung analysiert.

Quellenmässig stütze ich mich primär auf Archivmaterial einerseits der *Erklärung von Bern*, wo sich die Quellenlage ideal gestaltet, sind doch sowohl interne Papiere, Korrespondenzen und Aktionspläne als auch Informationsmaterial sehr vollständig überliefert. Beim Archiv der OS3 finden sich wertvolle Bestände zur Jute-Importförderung, die Antworten einerseits über interne Diskussionen und Positionierungen erlauben, andererseits sind die Informationsmaterialien reichhaltig und sehr spannend. Aber auch in der Sammlung des

²⁵⁶ Zur kolonialen Abhängigkeit von Bangladesh von der Jute vgl. die Dissertation von Olbrecht, Urs. *Bengalens Fluch und Segen: Die indische Juteindustrie in spät- und nachkolonialer Zeit.* (Beiträge zur Kolonial- und Überseegeschichte 79), Stuttgart 2000.

²⁵⁷ Vgl. zu Bangladesh: Bangladesh, in: *Lexikon Dritte Welt.* (Hg. Dieter Nohlen). Vollst. überar. Neuauflage. Reinbek bei Hamburg 2002. S. 92 – 94 und Datta, Asit. Bangladesh. In: *Handbuch der Dritten Welt.* (Hg. Dieter Nohlen und Franz Nuscheler). 3. Auflage. Bd. 7 Südasien und Südostasien. Bonn 1994. S. 162 – 191. Das kleine Büchlein: Hoering, Uwe. *Zum Beispiel Bangladesh.* Bornheim-Merten 1988 liefert ebenfalls wertvolle Informationen. Mit der politischen Unabhängigkeit befasst sich Hess, Peter. *Bangladesh: Tragödie einer Staatsgründung.* Frauenfeld und Stuttgart 1972.

Schweizerischen Sozialarchivs finden sich Kleinschriften und Konsumenteninformationen relativ vollständig.

5. Die Aktion „Jute statt Plastic“ 1975 – 1979

Hier soll die entwicklungspolitische Aktion untersucht werden, die in der Schweiz einen starken Eindruck hinterlassen hat und sowohl wortprägend wirkte, als auch für eine ganze Generation zum Stilelement wurde. In einem ersten Schritt steht die eigentliche Aktion im Zentrum, die Akteure und der Ablauf der Aktion. Erst in einem zweiten Schritt werde ich die Kundeninformationen genauer untersuchen, hier soll auch dem Inhalt und den Zielen der Aktion nachgegangen werden, bevor in einem dritten Kapitel auf die Kontroversen und kritischen Reaktionen eingegangen werden soll.

5.1. Die Aktion

5.1.1. „Eine neue entwicklungspolitische Aktion“ – Vorbereitung und Organisation

In der Auswertungstagung der Ujamaa-Kaffeeaktion²⁵⁸ waren sich die Vertreter der beteiligten entwicklungspolitischen Aktionsgruppen einig, dass „eine neue entwicklungspolitische Aktion gestartet werden soll“²⁵⁹. Nur über die Ausrichtung und die Thematik bestand keine Einigkeit, so dass die *Erklärung von Bern* als Koordinationsstelle eine Umfrage durchführte und den Gruppen entsprechende Vorschläge unterbreitet wurden. Neben einer erneuten Kaffee-Aktion, einer Unterstützung der Frauenfelder Bananenaktion²⁶⁰ oder einer Aluminium-Aktion, taucht hier zum ersten Mal sehr konkret die Idee einer Jute-Aktion auf. So heisst es in der Umfrage:

„Durch Import von (wenn möglich handgemachten) Einkaufstaschen aus weitmaschigem Jutegewebe aus Bangladesh oder Indien und durch eine Verkaufs-Aktion könnte sowohl auf das Problem Umweltschutz (Jutetasche statt Plastic-Einkaufstaschen) als auch auf die entwicklungspolitischen Probleme aufmerksam gemacht werden.“²⁶¹

Diese Aktion wurde beschlossen, sie war bei 48% der eingesandten Antworten Favoritin, nur ein Fünftel wollte sich nicht daran beteiligen.²⁶² Die *Erklärung von Bern* begann daher mit

²⁵⁸ Vgl. das entsprechende Kapitel in dieser Arbeit: 1. Die Kaffeeaktion „Ujamaa“ 1973-1975.

²⁵⁹ Welche entwicklungspolitische Aktion?, Umfrageblatt der Kaffeeaktion Ujamaa und der Erklärung von Bern, 1975, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

²⁶⁰ Vgl. das entsprechende Kapitel in dieser Arbeit: 3. Von den Bananenfrauen zu den Bananenaktionen.

²⁶¹ Welche entwicklungspolitische Aktion?, Umfrageblatt der Kaffeeaktion Ujamaa und der Erklärung von Bern, 1975, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

²⁶² So die handschriftlichen Notizen von Rudolf H. Strahm über die Auswertung der Umfrage der Aktionsprioritäten, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

Abklärungen über die Machbarkeit und die detaillierte Durchführung.²⁶³ Diese ergaben, dass Säcke aus tansanischem Sisal „zu dick und klobig“²⁶⁴ seien, während sich in Bangladesh viele lokale Frauenkooperativen fanden, die Jutesäcke liefern könnten. Im Archiv finden sich allerdings Hinweise, dass nicht nur die Beschaffenheit des Materials aus Tansania ein Hindernis war, sondern auch die Bedingungen der Produktion. So schreibt der mit den Abklärungen vor Ort betraute Pfarrer Theodor Buss von seinem Besuch in einer Sisalfabrik:

„Es handelt sich um eine mittelgrosse Sisalfabrik, wo im Geiste einer Grossindustrie gearbeitet wird: riesige Fabrikhalle, höllischer Lärm, verrückter Staub. Niemand grüsst einen. Mein Gesprächspartner, ein Inder kapitalistischer Gesinnung, gebärdet sich wie ein Big Boss, er gibt nur Befehle, bedankt [sich] nie. ... Herr Gupta empfahl mir einen Freund von ihm, der die Säcke, wie wir sie wünschen, direkt fabrizieren könnte. Ich empfehle diese Adresse aber nicht, da dies eine kapitalistische Gesellschaft zu sein scheint.“²⁶⁵

In einem Aktions-Plan, der 1976 mit der Anfrage um Darlehen an interessierte Organisationen und Gruppen gesandt wurde, wird der Fokus auf vier „Argumente“ gelegt, auf die Produktion durch Frauenkooperativen, auf die Weiterverarbeitung der Jute im Land selber, auf die Konsumgewohnheiten in der Schweiz und auf den Energiebilanzvergleich bei der Herstellung von Jutesäcken und Plastiksäcken. Einschränkend wird von Jutetaschen als „symbolischer Alternative zu dem, was uns die Chemie anzubieten hat“ gesprochen, sowie deutlich gemacht, dass die Aktion „nicht um eines möglichst grossen Geschäftswillen durchgeführt [würde], sondern als symbolische Aktion, als Aufhänger und Motor zu Informationsarbeit zur Thematik Entwicklungspolitik/Oekologie/Lebensstil.“²⁶⁶

Die in einem *Verein Jute-Aktion* zusammengeschlossenen Gruppen umfassten grosse Hilfswerke wie *Brot für Brüder*, *Helvetas*, das katholische *Fastenopfer*, *Brücke der Brüderhilfe*, das *Arbeiterhilfswerk* und *Terre des Hommes*, aber auch kleinere Gruppen wie die *Schweizerischen Arbeitsgruppen für Entwicklungspolitik (SAFEP)*, die *Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände (SAJV)*, *Interteam* oder den *Christlichen Friedensdienst (CFD)*. Die Aktion war auf den Winter und den Frühling 1977 geplant. In einer ersten Bestellung wurden 40'000 Taschen bei Frauenkooperativen in Bangladesh bestellt, die im Herbst 1976 in der Schweiz ankamen. Die Aktion war schweizweit, also unter Mitarbeit des welschen und des Tessiner Sekretariates der *Erklärung von Bern*, geplant und wurde auch so durchgeführt, allerdings lag die Federführung immer im Deutschschweizer Sekretariat in Zürich.

²⁶³ Ganzer Abschnitt nach: Aktion Jute-Taschen: Aktionsplan zuhanden beteiligter Organisationen, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

²⁶⁴ Aktion Jute-Taschen: Aktionsplan zuhanden beteiligter Organisationen, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

²⁶⁵ Besuch Buss in Tansania, November 1975, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

²⁶⁶ Aktion Jute-Taschen: Aktionsplan zuhanden beteiligter Organisationen, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

5.1.2. 1977: Die Aktion läuft an

Im für die Aktion breit gestreuten Faltblatt wurde die Jute-statt-Plastic-Aktion und das Vorgehen für den Verkauf vorgestellt, dabei werden die Prioritäten deutlich gesetzt:

„Beim Verkauf an Ständen, Basaren, Veranstaltungen geht es nicht um den grösstmöglichen Umsatz, sondern die Jute-Säcke sollen als Aufhänger zu einer Informationsaktion dienen. ... Kein Verkauf von Jutesäcken ohne vorherige Schulung und Diskussion in Gruppen. An 3-4 Gruppenabenden werden die Themen Entwicklungspolitik – Umwelt – Lebensstil diskutiert und die lokale Verkaufsaktion vorbereitet. Die Gruppenschulung ist ein wesentlicher und unentbehrlicher Teil der ganzen Aktion. Das Dossier zur Verkäuferschulung liefert Informationen zur Aktion, Anleitungen zur Diskussion und Anregungen für die Veranstaltungen. ... Die Jute-Säcke sind auf der einen Seite bedruckt. Auf der anderen Seite sind sie frei zum Bemalen, Bedrucken oder Besticken durch die Verkaufsgruppen oder Käufer.“²⁶⁷

Ganz deutlich zeigt sich hier das Primat der Information, fast schon befehlsmässig wird zur „Schulung“ mittels des Verkäuferdossiers aufgerufen, dem wichtigsten Informationsmaterial für die Jute-Aktion. Die weiteren Aktivitäten konnten allerdings von den verkaufenden Gruppen fantasievoll selber gestaltet werden, so zum Beispiel ein Verzieren der Taschen wie im Faltblatt vorgeschlagen. In einem Quiz wurden sehr schwierig zu lösende Fragen zum Juteweltmarkt, zur Arbeitslosigkeit in Bangladesh, zur Bevölkerungsdichte, zur Energiebilanz und zur Vernichtung von Plastik gestellt, die Antworten auf diese Fragen finden sich im Verkäuferdossier.²⁶⁸ In einem „Modell für einen Gottesdienst“, das sich klar an die zahlreichen kirchlichen Aktionsgruppen richtete, wurden Rollenspiele zwischen einer „Jute-Gruppe“ und einer „Plastic-Gruppe“, sowie „Anregungen“ für einen „neuen Lebensstil“ gegeben.²⁶⁹ Auch wurden Dia-Serien und Vorlagen zur Projektion gefertigt, die von den Gruppen für die Aktion eingesetzt werden konnten.²⁷⁰

Über den Preis wurde der Konsument sehr offen informiert, bei einem Verkaufspreis von 2 Franken pro Tasche erhielt Bangladesh 55 Rappen, während für den Transport, den Aufdruck und die Steuern 58 Rappen verwendet wurden.²⁷¹ Der grösste Teil, nämlich 87 Rappen war für die „Broschüre für Informationsarbeit“ und für die „Dossiers, Dias, Aktionskosten der Gruppen“ reserviert. Darauf wurde auch eigens nochmals begründet hingewiesen:

²⁶⁷ Jute statt Plastic: Die neue entwicklungspolitische Aktion. (Faltblatt der Erklärung von Bern). 1977.

²⁶⁸ Quiz zur Jute-Aktion, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

²⁶⁹ Modell eines Gottesdienstes, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

²⁷⁰ Am Anfang war eine Jute-Idee... : Kritischer Rückblick auf eine erfolgreiche Aktion. (Hg. Erklärung von Bern). Dokumentation zum Rundbrief Nr. 3/1979. Zürich 1979. S. 10.

²⁷¹ Alle Angaben nach: Faltblatt Jute statt Plastic, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

„Weil bei dieser Verkaufsaktion die Informationsarbeit im Vordergrund steht, ist der Verkaufspreis der Jute-Säcke ca. 80 Rp. über den Beschaffungskosten.“²⁷²

Der Verkauf selber fand, analog zur Ujamaa-Kaffeeaktion vorwiegend über Gruppen statt, die sich mit dem Informationsmaterial umfangreich vorbereitet hatten, es geschah dies in einer ersten Phase vor allem über Strassenverkäufe, die von, wie wir gesehen haben, kirchlichen Gruppen oder Dritte Welt-Läden durchgeführt wurden. An speziellen Auswertungstagungen²⁷³ wurden die gemachten Erfahrungen gesammelt und für weitere Gruppen fruchtbar gemacht. Im Protokoll einer solchen Tagung findet sich der interessante Hinweis, dass „die Leute ... entweder nicht interessiert oder dann bereits voll einverstanden mit der Aktion [sind].“²⁷⁴ Auch das Dilemma zwischen Umsatz und Information bekommen die Aktionsgruppen auf der Strasse zu spüren, so heisst es:

„Viele Gruppen mussten sich sehr stark mit der Frage beschäftigen: Wie kann man die Säcke verkaufen und gleichzeitig auch Information betreiben? Das Bremsen des Verkaufs [sic!] und die Informationsvermittlung ist ein wichtiger Teil der Aktionsvorbereitung. ... Um den Verkauf zu bremsen, kann folgendes vorgekehrt werden: Säcke nur verkaufen, wenn ein Quiz vorliegt. Maximal zwei oder drei Säcke pro Passant abgeben.“²⁷⁵

Hier zeigt sich also sehr deutlich, dass der Fokus nicht auf einem möglichst grossen Umsatz lag, dass allerdings die Konsumenten teilweise nicht an der Information interessiert waren und ‚nur‘ Säcke kaufen wollten.

5.1.3. Weiterführung der Aktion und erste Resultate

Die Jute-statt-Plastic-Aktion war ein enormer Erfolg, nur an den sukzessive steigenden Jute-Bestellungen kann man das verfolgen, die Aktion war eigentlich nur für den Frühling 1977 geplant, sie zog sich aber über das ganze Jahr 1977 bis ins Frühjahr 1978 hin. Bereits Ende Januar waren nämlich alle 40'000 bestellten Taschen vorgemerkt, so dass weitere 20'000 Stück bestellt werden konnten. Gesamthaft wurden schliesslich schweizweit 240'000 Taschen verkauft.

Dass dies die Strukturen in Bangladesh teilweise stark verändert hat, wird in einer eigens produzierten Rundbriefbeilage der *Erklärung von Bern* thematisiert:

„Ein ‚normales‘ Entwicklungsprojekt nach überlieferter Vorstellung, etwa eine Käserei, eine Musterfarm oder eine Lehrwerkstätte, bringt kurzfristig einigend Dutzend oder bestenfalls hundert Personen einen Arbeitsplatz.

²⁷² Faltblatt Jute statt Plastic, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

²⁷³ So zum Beispiel am 25. Juni 1977 in Zürich, aber auch in Basel und in der Romandie, vgl. Einladung zur Auswertung der Jute-Aktion, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

²⁷⁴ Erfahrungen von Aktionsgruppen beim Jute-Taschenverkauf, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

²⁷⁵ Erfahrungen von Aktionsgruppen beim Jute-Taschenverkauf, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

Die Aktion ‚Jute statt Plastic‘ erreicht, obschon ursprünglich als Informationsaktion bei uns geplant, schon nach einem Jahr tausende von bengalischen Familien, ohne einen Pfennig Spendengelder zu verbrauchen.“²⁷⁶

Dass die Aktion damit ungewollt teilweise zu einem „Entwicklungsprojekt“ mit „Auswirkungen in Bangladesh“ geworden ist, und das eigentliche Ziel der Informationsvermittlung in der Schweiz damit nicht mehr im Zentrum steht wird in der Rundbriefbeilage thematisiert, in seinen „Auswirkungen“ in der Schweiz allerdings zu wenig reflektiert. Die Abkehr von der Information hin zu karitativen Zwecken wurde klassischerweise immer wieder gefordert und stellt gerade das Gegenteil der Ziele der Aktion dar. Indem die *Erklärung von Bern* als federführende Organisation die karitative Wirkung ihrer Aktion herausstreicht, bietet sie Angriffsfläche für ‚Missverständnisse‘ über die Ziele der Aktion, die prompt auch auftauchen, wie wir in einem späteren Kapitel sehen werden.²⁷⁷ Die Gründe für dieses Hervorheben liegen aber wahrscheinlich in den gleichen innenpolitischen Strukturen; die Jute-statt-Plastic-Aktion hat in ihrer enormen Breitenwirkung zahlreiche neue Kreise erreicht, die sich der klassischen karitativen Entwicklungshilfe verpflichtet fühlen. Als eine Art Entgegenkommen verliert damit die Aktion ihren ‚Biss‘ und stellt die Auswirkungen in Bangladesh in den Vordergrund, obwohl eine Rundbriefbeilage zum Thema „Auswirkungen der Aktion in der Schweiz“ näher an den Zielen der Aktion gewesen wäre!

Interessant ist ein Archivfund, der zeigt, dass die Aktion auch in Bangladesh eine breite Publizität erreicht hat. Es findet sich ein Zeitungsartikel aus dem *Bangladesh Observer* vom Mai 1977, der über die Ziele der Aktion sehr gut informiert ist. Er hat offensichtlich mit dem Sekretär der *Erklärung von Bern*, Rudolf H. Strahm, der anlässlich einer Jute-Bestellung im April 1977 nach Bangladesh reiste, ein Interview geführt hat:

„The slogan ‚jute instead of plastics‘ is getting popular in European countries. ... The programme known as Jute Action started with marketing of 40'000 jute bags in Switzerland by the ‚Declaration of Berne Movement‘ ... Mr Rudolf H. Strahm, Managing Secretary of Declaration of Berne recently visited Bangladesh to place order for jute bags. He said that the jute bags are getting popular in European countries while so long used plastic bags. Mr. Strahm told me that the plastic bags create pollution problem and that is why jute bags demand was increasing. ... These voluntary agencies are not launching this action for commercial purposes but for information. The bags are used as a vehicle to spread information and with every bag sold by volunteers a small information pamphlet is given to the buyer. Every volunteer selling bags will study a dossier before. The dossier contains information on development and ecological aspects.“²⁷⁸

Auch die Landesgrenzen wurden mit der Aktion überschritten, so wurde in Deutschland und in Österreich die Idee aufgegriffen und auch dort mit enormem Erfolg Aktionen

²⁷⁶ Jute statt Plastic: Die Auswirkungen der Aktion in Bangladesh – eine Zwischenbilanz. (Hg. Erklärung von Bern). Beilage zum Rundbrief Nr. 3/1977. Zürich 1977. S. 1.

²⁷⁷ Vgl. das Kapitel 5.3. Reaktionen und Kontroversen.

²⁷⁸ All for jute bags, in: The Bangladesh Observer, Dacca, May 4, 1977, in: Presseordner Argus: 1975 – 1977, SozArch Ar 430.80.4.

durchgeführt, so wurden in Deutschland 400'000 Taschen und in Österreich weitere 100'000 Taschen abgesetzt.²⁷⁹

5.1.4. Anfragen aus dem kommerziellen Handel

Der grosse Erfolg der Jute-Taschen bei den Schweizer Konsumenten blieb auch den kommerziellen Händlern nicht verborgen, so dass schon bald etwa 30 Anfragen bei der *Erklärung von Bern* eintrafen. Darunter neben Drogerien und kleineren Detailgeschäften auch grosse Firmen wie Jelmoli, Migros und die Jowa. Dies war eine absolute Novität für die entwicklungspolitische Bewegung, die Anfragen trafen die Organisationen unvorbereitet, beim Ujamaa-Kaffee waren keine solchen Bedürfnisse aufgetreten. Gleichzeitig traten damit Fragen über das Dilemma zwischen Umsatz und Information auf, was zu grösseren Diskussionen im *Verein Jute-Aktion* führte, ob den interessierten Firmen Adressen von Exporteuren in Bangladesh bekanntgegeben werden sollten. In einem Rundbrief an alle Mitgliedsorganisationen werden die Vorteile beschrieben. Etwas weiter werden aber auch die ebenfalls vorhandenen Nachteile genannt:

„Diese Bestellungen schaffen Arbeitsplätze in Bangladesh und sind in den gegebenen Strukturen entwicklungspolitisch wenig problematisch, weil nicht neue Fabriken und kapitalintensive Investitionen erstellt werden müssten. Ohne unsere Angaben würden einige grössere Besteller (Jelmoli, Migros, etc.) wahrscheinlich andere, skrupellose Lieferanten in Südkorea oder Sri Lanka ausfindig machen.“²⁸⁰

Die Gründe für die Diskussionen und das sorgfältige Abwägen der Vor- und Nachteile finden sich ebenfalls im Brief, so heisst es knapp aber deutlich:

„Die Hauptbedenken bestanden darin, dass man dabei Hand bietet, eine Alternative kommerziell werden zu lassen.“²⁸¹

²⁷⁹ Jute statt Plastic: Die Auswirkungen der Aktion in Bangladesh – eine Zwischenbilanz. (Hg. Erklärung von Bern). Beilage zum Rundbrief Nr. 3/1977. Zürich 1977. S. 1. Zur Situation in Deutschland und Österreich findet sich im Archiv (Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.28.4) ebenfalls Material, das im Rahmen dieser Arbeit aber nicht weiter berücksichtigt werden konnte. Hier zeigt sich allerdings in einem Fallbeispiel die grenzüberschreitende Wirkung von Neuen Sozialen Bewegungen, vgl. zu einem gesamteuropäischen Überblick: Kriesi, Hanspeter, Koopmans, Ruud, Duyvendak, JanWillem, Guigni, Marco G. (Hg.). *New Social Movements in Western Europe: A comparative analysis*. Minneapolis 1995 und früher, aber immer noch spannend den Sammelband von Brand, Karl-Werner (Hg.). *Neue soziale Bewegungen in Westeuropa und den USA: Ein internationaler Vergleich*. Frankfurt a. M. und New York 1985. Vgl. auch Rucht, Dieter. *Modernisierung und neue soziale Bewegungen: Deutschland, Frankreich und USA im Vergleich*. Frankfurt und New York 1994. Darin wird die Dritte-Welt-Bewegung allerdings nicht untersucht.

²⁸⁰ Zwischen-Orientierung über die Jute-Aktion, Brief an die Organisationen, die an der Jute-Aktion beteiligt sind, 23. Juni 1977, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

²⁸¹ Zwischen-Orientierung über die Jute-Aktion, Brief an die Organisationen, die an der Jute-Aktion beteiligt sind, 23. Juni 1977, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

In einem Brief an die kommerziellen Besteller von Jute-Taschen werden schliesslich die Lieferantenadressen unentgeltlich zur Verfügung gestellt, gleichzeitig wird darauf hingewiesen, dass damit die Firmen den Import selber tätigen könnten:

„Weil wir den Handel mit Jutetaschen aus Bangladesh als entwicklungspolitische Informationsaktion betrachten, sehen wir uns beim aktuellen Nachfrageüberhang nicht in der Lage, kommerzielle Firmen mit unseren Säcken zu beliefern. Es scheint uns, unsere Abklärungen bieten genügend Gewähr, ...“²⁸²

Gleichzeitig wurden die Firmen allerdings gebeten, auf das Signet und den Slogan „Jute statt Plastic“ zu verzichten, um „eine Verwirrung über die Ziele unserer Informations-Aktion ‚Jute statt Plastic‘, die ausschliesslich von Entwicklungsorganisationen getragen wird, zu vermeiden“²⁸³. Auch wurde den Firmen Informationen über Bangladesh und die Jute-Produktion mitgeschickt, so dass diese „die Verkäufe von Jute-Taschen sogar mit der Vermittlung einiger Information über Bangladesh oder der Probleme der Juteverdrängung aus dem Weltmarkt verbinden könnten, um den begeisterten Käufern auch eine persönliche Beziehung zu den Produzenten zu ermöglichen.“²⁸⁴ Die Ziele der Informationsvermittlung wurden also auch hier konsequent verfolgt und die Gratwanderung zwischen Kommerz und Information gut gelöst.²⁸⁵ Ob sich die Geschäfte an die Vorgaben gehalten haben, ist leider nicht systematisch festgehalten worden. Es gab aber mindestens in einem Fall entsprechende Schwierigkeiten, wie wir aus den Quellen wissen; in Genf fanden sich im Frühjahr 1979 beim Coop und im Sortiment des Kaufhauses Grand Passage Taschen mit der französischsprachigen Aufschrift „Solidarité-Jute-Ecologie“, dem Pendant zu „Jute-statt-Plastic“. Gegen diesen Verkauf wurde mittels eines Anwaltes vorgegangen, so dass die Taschen sofort aus dem Verkauf zurückgezogen wurden. Wie sich herausstellte, hatten die beiden Läden ihre Ware direkt aus Frankreich bezogen.²⁸⁶

5.2. Verkäuferdossier und Kundeninformationen zur Jute-Aktion

Nun sollen die an die Konsumenten abgegebenen Informationen genauer untersucht werden. Was wird vermittelt? Wo werden die Schwerpunkte gelegt? Findet eine kritische Auseinandersetzung mit Bangladesh statt? Was wird allenfalls verschwiegen? Die hier

²⁸² Jute-Taschen aus Bangladesh, Brief an die kommerziellen Besteller von Jute-Taschen, 6. Juli 1977, in: Jute statt Plastic, Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

²⁸³ Jute-Taschen aus Bangladesh, Brief an die kommerziellen Besteller von Jute-Taschen, 6. Juli 1977, in: Jute statt Plastic, Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

²⁸⁴ Jute-Taschen aus Bangladesh, Brief an die kommerziellen Besteller von Jute-Taschen, 6. Juli 1977, in: Jute statt Plastic, Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2. Unterstreichung im Original.

²⁸⁵ Vgl. dazu auch das Kapitel 6.1. Jutesäcke im Versandkatalog? – Versuche im breiteren Handel.

²⁸⁶ Vgl. Korrespondenz zwischen dem Anwalt Laurent Moutinot und Grand Passage SA, sowie Coop Genève, in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.28.4.

untersuchten Quellen sind das bereits erwähnte „Dossier zur Verkäuferschulung“, das den Taschen beigelegte Faltblatt und ein Informationsdossier zu Bangladesh.²⁸⁷

Im Faltblatt, das mit den Taschen mit dem Aufdruck „Jute statt Plastic: Handarbeit aus Bangladesh“²⁸⁸ zusammen abgegeben wurde und daher der Informationsträger mit der grössten Breitenwirkung war, besteht aus vier Seiten mit den Zielen der Aktion.²⁸⁹ Diese sind Arbeit in Bangladesh, Schonung von Umwelt und Energie, Umschwenken auf einen neuen Lebensstil und Umdenken zu einem anderen Wachstum. Die Ziele sind also neben klassisch entwicklungspolitischen Ansätzen auch mit ökologischen und wachstumspolitischen ergänzt. Das Herkunftsland Bangladesh wird kaum thematisiert, es wird nur knapp auf die Jute-Exportabhängigkeit des Landes eingegangen:

„Für Millionen von armen Bauern in Bangladesh gibt es nur zwei Anbaumöglichkeiten: Jute und Reis. Für nahezu 200'000 landlose Arbeiter gibt es nur eine Beschäftigungsmöglichkeit: Jute-Verarbeitung. Seit Jahren erwächst der Jute, die bei uns für Schnüre, Säcke und Teppichgrundgeflechte verwendet worden ist, tödliche Konkurrenz durch Kunststoffe. Bangladesh, dessen Exporteinnahmen zu über 80% aus Jute stammen, ist damit wirtschaftlich bedroht. **Das ‚Plastic-Zeitalter‘ bringt mehr Reichtum für die Reichen und mehr Armut für die Armen.**“²⁹⁰

Über die Herkunft der Taschen werden die Konsumenten eher knapp informiert, dabei wird die Armut deutlich hervorgehoben:

„Die 40'000 handgenähten Jute-Einkaufstaschen der ‚Aktion Jute statt Plastic‘ stammen aus Bangladesh, dem Armenhaus Asiens. Sie werden von Hunderten von armen Frauen, die sich in einfachen Genossenschaften organisiert haben, in Heimarbeit genäht. So erhalten die ärmeren Schichten einen Verdienst, ohne dass neue Fabriken gebaut oder der Jute-Anbau ausgebaut werden müssen.“²⁹¹

Diese starke Hervorhebung der Armut soll, so meine Interpretation, bei den Konsumenten das Gefühl des Mitleids ansprechen. Dies erstaunt, ist doch das Ziel der Aktion nicht karitativer Art, sondern steht klar die Information im Vordergrund. Neu ist die starke ökologische Stossrichtung, diese ist auch einer der Gründe für den nachhaltigen Erfolg der ganzen Aktion. Geschickt gelang so eine Verbindung von zwei unterschiedlichen Neuen Sozialen Bewegungen, nämlich den entwicklungspolitischen Gruppen und den ökologisch

²⁸⁷ Im Gegensatz zu anderen Aktionen und Produkten kann hier keine aufgedruckte Information oder eine Etikette untersucht werden, da eine solche nicht existierte. Die Taschen trugen in einem ovalen Kreis den schwarzen Aufdruck „Jute statt Plastic“, darunter war in kleinerer Schrift „Handarbeit in Bangladesh“ gedruckt. Leider ist im Archiv der EvB keine originale Jute-Tasche der Aktion erhalten, allerdings finden sich Abbildungen und die Druckvorlage, in: Jute statt Plastic, Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

²⁸⁸ Vgl. zu diesem Aufdruck auch die sich um die Bezeichnung „Handarbeit“ drehende Kontroverse in Kapitel 5.3. Reaktionen und Kontroversen.

²⁸⁹ Faltblatt Jute statt Plastic, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

²⁹⁰ Faltblatt Jute statt Plastic, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2. Hervorhebung im Original.

²⁹¹ Faltblatt Jute statt Plastic, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

Sensibilisierten. Auch die Kritik an Wachstum und Lebensstil verbindet sehr geschickt die Ziele der sehr heterogenen gesellschaftskritischen Strömungen in der Schweiz. So wurde die Tasche zu einem Symbol der ganzen ‚alternativen Bewegung‘ der späten 1970er-Jahre. Dass die entwicklungspolitische Bewegung diese Verbindung so erfolgreich schafft, zeigt ihre Pionierwirkung innerhalb der Neuen Sozialen Bewegungen.

Die Erweiterung der klassischen entwicklungspolitischen Ziele ist nicht ohne Konflikte innerhalb der Trägerorganisationen vor sich gegangen. Exemplarisch soll in diesem Zusammenhang eine interessante Bemerkung aus einem Sitzungsprotokoll der Jute-Aktion wiedergegeben werden, wo es im Bezug auf die Gewichtung der Information heisst: „die Ökologie darf nicht überhandnehmen“²⁹².

Der Informationsdienst 3. Welt in Bern gab in Zusammenarbeit mit dem Verein Jute-Aktion ein Dossier über Bangladesh heraus. Dieses war klar als Arbeitsteilung konzipiert, „stellt [es doch] nicht die Aktion vor, sondern zeigt die politische und wirtschaftliche Situation von Bangladesh auf.“²⁹³ Dass im Fall der Jute-Aktion eine Trennung zwischen den Zielen der Aktion und den Hintergrundinformationen zum Land vorgenommen wird, ist auffallend. Es sei daran erinnert, dass im Gegensatz dazu bei der Kaffeeaktion Ujamaa die Informationen in den Verkäuferdossiers enthalten waren, zumal es doch gerade um die Hintergründe des Landes und seiner Ujamaa-Politik ging.²⁹⁴ Gründe für die Trennung lassen sich in den breiteren Zielen der Jute-Aktion vermuten; allerdings könnte auch eine Rolle gespielt haben, dass sich Bangladesh ideologisch und entwicklungspolitisch nicht so dafür eignet, über das Land und seine Politik zu berichten. Insofern wäre Bangladesh ein weniger „politisches“ Land als Tansania. Falls dies zutreffen würde, wäre das eine bezeichnende Aussage über die Informationsauswahl durch die entwicklungspolitischen Gruppierungen und die Akteure des Fairen Handels.

Im Verkäuferdossier zur Aktion finden sich neben auffallend viel Bildmaterial wichtige Vorschläge für Aktionen innerhalb der Gruppen. Spannend ist die Einleitung, in der sich die Jute-Aktion klar in eine Reihe mit den vorangegangenen Konsumentenaktionen stellt und die Ziele unmissverständlich formuliert:

„Bisherige entwicklungspolitische Aktionen (Bananenaktion, Kaffee-Aktion ‚Ujamaa‘, Fleischverzichtaktion, Dritte-Welt-Läden) haben gezeigt, dass einzelne Produkte gute Diskussionsauslöser für die populäre Bildungsarbeit sein können. Das Produkt dient als Aufhänger für Information und Schulungsarbeit. Bei der Aktion ‚Jute statt Plastic‘ geht es nicht darum, möglichst viele Jute-Säcke zu verkaufen, sondern möglichst

²⁹² Protokoll der Sitzung der Jute-Aktion vom 13. Dezember 1976, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

²⁹³ Informationsdienst 3. Welt (Hg.). Jute statt Plastic: Bangladesh. Dossier Nr. 4/1976. Bern 1976.

²⁹⁴ Vgl. das Kapitel 1.2. Broschüren und Kundeninformationen zur Kaffeeaktion Ujamaa.

viel Information zu vermitteln. Niemand soll Jute-Taschen verkaufen, ohne sich vorher gründlich über die Probleme orientiert zu haben.“²⁹⁵

Weiter werden in dem 50seitigen Dossier alle Bereiche der Jute-Verarbeitung und des Jute-Weltmarktes dargestellt, bevor ausführlich anhand von Beispielen aus der Nahrungsmittelindustrie und der Chemie auf Fragen rund um „Lebensstil und Wachstum“ eingegangen wird. Dieser neue Teil wird vor allem anhand der Abfallbeseitigung und der Energie durchgespielt und mit Schautafeln und Skizzen erläutert. Gesamthaft lässt sich festhalten, dass es sich beim „Dossier zu Verkäuferschulung“ um ein intellektuell anspruchvolles und sehr dichtes Werkstattpapier handelt, das in seiner Art sehr typisch für die entwicklungspolitischen Bewegungen ist, mit ihrem Ansatz über Wissen das Handeln anzuregen und so Veränderungen zu bewirken.

Dass dieses Konzept nicht nur auf Verständnis gestossen ist, zeigt die Reaktion einer Konsumentin, deren Brief im Archiv der *EvB* überliefert ist. Darin beschwert sich die Konsumentin, die Jutesäcke bestellt hat, diese aber wegen der Verzögerungen der Lieferungen noch nicht erhalten hat, dafür aber die Vorbereitungsmaterialien zugeschickt bekommen hat:

„Ich wollte die Säcke kaufen, weil ich privat ein paar wenigen Leuten in Bangladesh ein wenig helfen wollte. Ich will aber nicht geschult werden und keine Verkäufer schulen und mich nicht in dieser Art politisch betätigen.“²⁹⁶

Es ergeben sich also Schwierigkeiten wegen der „politischen“ Betätigung, die offenbar von der Konsumentin nicht gewünscht wurde, gleichwohl aber von ihr beim Studium der Dossiers erkannt wurde; allerdings stellt das für sie einen negativen Begriff dar. Es zeigt sich hier auch sehr deutlich die grosse Spannweite zwischen dem karitativen Ansatz, den die Kundin ungewollt beinahe persifliert, indem sie von „ein paar wenigen Leuten in Bangladesh ein wenig helfen“ spricht, und dem entwicklungspolitischen Ansatz der Jute-Aktion.

5.3. Reaktionen und Kontroversen

Die Jute-Aktion hatte ein grosses Presseecho, das hier nicht weiter untersucht werden soll. Daneben führte sie auch zu zwei grossen Kontroversen, die in diesem Kapitel dargestellt und interpretiert werden sollen. Ferner fanden sich weitere kleinere Leserbriefe, die ich ebenfalls untersuchen möchte, zeigen sie doch gut eine Selbstpositionierung der Fair-Trade-Bewegung gegenüber den Angriffen. Wie und mit welchen Argumenten wurde angegriffen? Welche Kanäle wurden dabei benutzt? Wie wurde mit der Öffentlichkeit umgegangen? Welche Verteidigungsstrategien wurden angewendet? Was lässt sich über Motive sagen? Die

²⁹⁵ Jute-Aktion (Hg.). Jute statt Plastic. Dossier zur Verkäuferschulung. Zürich 1977. S. 3.

²⁹⁶ Brief von Rosanne Auwärter-Kuhn vom 16. Mai 1977, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2

Angriffe fanden teilweise während der Aktion statt, vor allem aber nach dem definitiven Abschluss der Aktion im Januar 1979 wegen der Verteilung des Gewinnes.

5.3.1. „Weder Jute noch Plastic“ – Angriffe von eigener Seite

Zu Beginn soll hier ein publizistischer Angriff stehen, der noch während der Aktion, im März 1977 gestartet wurde. Interessant ist daran, dass es sich dabei um einen Artikel handelt, der in der Zeitschrift *Öko-Journal* erscheint, einer Zeitschrift, die sich laut Untertitel mit den Themen „Ökologie, Alternativen und Bewusstsein“ beschäftigt, also Themen, die mit der Jute-Aktion direkt verbunden sind.

Unter dem Titel „Weder Jute noch Plastic“ erscheint ein Brief an die „lieben Leute von der Erklärung von Bern“, der zwar nur von einer Redakteurin der Zeitung geschrieben ist²⁹⁷, aber die Meinung der ganzen Redaktion vertritt, heisst es doch einleitend:

„Zur Zeit macht die ‚Aktion Jute statt Plastic‘ der ‚Erklärung von Bern‘ viel von sich reden. Uns hat ein ungutes Gefühl beschlichen, als wir die Informationen dazu lasen. Claire Voyant macht aus ihrem Herzen keine Mördergrube und wendet sich mit einem freundlichen [sic] Pamphlet an die Initianten der Aktion.“²⁹⁸

Der Artikel selber ist sehr dicht geschrieben, sehr angriffig und mit Polemiken gespickt, ich komme daher nicht umhin, hier ausführlicher zu zitieren, um so die wichtigen Punkte aufzugreifen:

„Vorangestellt soll werden, dass wir die Aufrichtigkeit in Eurem Bemühen um eine bessere Welt nicht in Frage stellen. Wir glauben aber, dass mit der Aktion Jute nicht nur ein ungeschicktes Objekt gewählt worden ist, sondern, dass Ihr damit unermesslichen Schaden am Bewusstsein der Leute hier und am Selbstverständnis der Bengalifrauen anrichtet, ... Es ist ebenso unsinnig zu behaupten, Bangladesh könne nur Reis und Jute anbauen, wie es wäre, zu sagen, die Schweiz eigne sich nur zur Herstellung von Käse und zum Aufstellen von Atomkraftwerken. Bangladesh weiter Jute abzukufen dürfte etwa ähnlich sinnvoll sein, wie zu postulieren, die Schweizer Wirtschaft müsse durch grosse, ausländische Waffenkäufe bei Herrn Bührle wieder in Gang gebracht werden. ... Grundsätzlich ist die Frage zu stellen, ob es angebracht ist, ‚Relikte aus der Kolonialzeit‘ wieder zu aktivieren und damit selbst Kolonialismus zu betreiben. Eine Hilfe für ein unterdrücktes Volk ist das jedenfalls nicht, ...“²⁹⁹

Diese Vorwürfe müssen die *Erklärung von Bern* stark treffen, ihr wird „Kolonialismus“ und verfehlte Hilfe vorgeworfen, zwei Punkte, die die *EvB* klassischerweise bei den

²⁹⁷ Im Archiv der EvB (SozArch Ar 430.28.2) findet sich der, abgesehen von wenigen Änderungen, identische Artikel, den Claire Voyant im *Öko-Journal*, Nr. 2, März 1977 publiziert. Dieser Artikel ist allerdings bereits am 7. Januar 1977 von Peter Brenner aus Gais geschrieben worden und als Brief direkt an die EvB gesandt worden, wo er unter allen Sekretären und Beschäftigten zirkuliert ist, wie ein Umlaufzettel zeigt. Warum der Artikel praktisch identisch unter anderem Namen öffentlich erscheint, bleibt unklar. Zu vermuten ist, dass der Name Claire Voyant (übersetzt in etwa: Durchblick) das Pseudonym von Peter Brenner ist.

²⁹⁸ Fragwürdige Aktion „Jute statt Plastic“: Weder Jute noch Plastic, in: *Öko-Journal*, Nr. 2, März 1977, S. 20-22. In: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

²⁹⁹ Fragwürdige Aktion „Jute statt Plastic“: Weder Jute noch Plastic, in: *Öko-Journal*, Nr. 2, März 1977, S. 21. In: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

Konzernen oder der staatlichen Entwicklungshilfe kritisiert, und auf die gerade diese Aktion aufmerksam machen sollte. Danach folgt ein Rundumschlag gegen die alternativen und entwicklungspolitischen Gruppen und gegen die Dritte-Welt-Bewegung und die Konsumentenaktionen allgemein, der in seiner Schärfe überdeutlich ist.

„Jute-Taschen haben nichts, aber auch gar nichts mit einem einfacheren Lebensstil zu tun. Höchstens mit dem Zudecken des schlechten Gewissens mit möglichst viel Jute und Ujamaa-Kaffee und sonstigem Drittweltkrimskrams. Am Schema hat sich gar nichts geändert. Nur, dass jetzt halblinke Konsumfreaks halbindustrialisierte Drittweltleute im Namen der Nächstenliebe ausbeuten, wo es vorher aristokratische Liberale und Händlernaturen im Namen des Humanismus taten. Die Probleme stehen uns vor der Nase und sind in unserem Lebensverständnis begraben, nicht in den Hütten eines schwer geprüften Volkes. ... wir sind grosso modo die Reichen und werden immer reicher (ja, ja, bei den Reichen werden die weniger Reichen auch immer weniger reich). Und wenn wir Reichen dann die immer ärmer werdenden Armen ansehen, was gebietet uns dann unser Herz? Doch ganz einfach: Geben wir was wir können! Geben wir bis wir spüren, dass es recht ist. ... Aber wie immer man es auch ansieht, 14 Rappen pro genähte Tasche? Da kann etwas nicht stimmen, Kursdifferenz und Kaufkraft hin oder her. Das ist ganz sicher kein Geben sondern ein beschämendes Knausern und Buchhalten ganz im Stile der Gnomen von der Bahnhofstrasse.“³⁰⁰

Spannend ist hier allgemein, dass der Angriff thematisch intellektuell erfolgt, es wird mit Argumenten und nicht mit blossen Behauptungen diskutiert, auch werden keine Diffamierungen oder Unterstellungen gebraucht, sondern der Ton bleibt, bei aller Schärfe und Angriffigkeit, immer fair, getreu den einleitenden Worten. Zum Schluss kommt Claire Voyant zu einer Folgerung, die sie mit einer radikalen Forderung verbindet:

„Ich mach nun allen Ernstes den Vorschlag, dass trotz bereits investierten Mitteln aller Art ein Stop der Aktion gemacht wird. So, und nun lasst uns denken: Damit die Bengalifrauen trotzdem zu ihren 5600.- Franken kommen, senden wir sie ihnen einfach so. Das werden wir in ein paar Tagen zusammen haben. Hoffentlich noch viel mehr. Und dann befassen wir uns – wenn es uns schon brennt – mit Ciba-Geigy und mit unseren ‚Shoppinghabits‘ und den Atomkraftwerken und damit, ob wir nun doch vielleicht endlich einmal ein bisschen Zivilcourage mobilisieren wollen und ob wir zusammenarbeiten und –leben wollen, statt uns ängstlich zu beschnuppern und uns gegenseitig auszuspüren. Nein wirklich, es geht doch überhaupt nicht um die armen Bengali, sondern darum, wie ein paar von uns hier und jetzt miteinander zu leben lernen und dadurch eine wirkliche Kraft entwickeln, nicht nur ein Organigramm. ... Glaubt ihr nicht auch, dass wir auf diesem Gebiet zu arbeiten hätten? Wenn wir einmal den Mut und die Kraft aufgebracht haben werden, die Ciba-Geigy, den Bührlé, die Weltbank und den Eier-Lüchinger und die Migros und den Denner und das Fernsehen und den Döschwo [sic] und die Alusuisse und die obligatorische Kranken- und was weiss ich sonst noch alles -Versicherung und die Armee in ihrer heutigen Form zum Verschwinden zu bringen, dann machen es dann die Bengali auf ihrem kargen Delta schon recht, auch ohne unsere hochwohlgeborene Hilfe. Und wenn uns dann nach Kontakten zum indischen Subkontinent zumute ist, dann nimmt man dort unten unsere Liebesgaben zweifellos mit grösster Würde und Freude hin und ist höchst erleichtert, dass man dafür nicht mit Nadel und Faden zu den Strafaufgaben geschickt wird. Kommt, lasst uns in diesem Sinne neu anfangen!“³⁰¹

Mit aller Radikalität wird hier eine Rückbesinnung auf das eigene Land, die eigenen Verhaltensweisen und die eigenen Konzerne gefordert, dass dies allerdings mit dem Aufruf zu einer karitativen Spende nach Bangladesh verbunden wird, zeigt, dass sich auch hier ein

³⁰⁰ Fragwürdige Aktion „Jute statt Plastic“: Weder Jute noch Plastic, in: Öko-Journal, Nr. 2, März 1977, S. 21-22. In: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1. Unterstreichungen im Original.

³⁰¹ Fragwürdige Aktion „Jute statt Plastic“: Weder Jute noch Plastic, in: Öko-Journal, Nr. 2, März 1977, S. 22. In: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

Missverständnis über die Ziele der Aktion eingeschlichen hat. Der Aufruf nach verstärkter Zusammenarbeit innerhalb von kritischen Gruppierungen hingegen ist sehr deutlich und zeigt allenfalls einen Missstand auf. So bleibt der Verdacht, dass durch die Planung der Aktion innerhalb eines relativ kleinen Kreises von Gleichgesinnten aus entwicklungspolitischen Gruppen, was sich ja auch in der Zusammensetzung der Mitglieder des Trägervereins *Verein Jute-Aktion* zeigt,³⁰² gewisse Gruppen aus dem eher alternativ-ökologischen Bereich vor den Kopf gestossen fühlten. Dies auch durch die Ausweitung der Zielsetzungen der Jute-Aktion im Vergleich mit den Zielen des Ujamaa-Kaffees. Falls diese These zutreffen würde, wäre eine Verbindung der Gruppen durch die Jute-Taschen, trotz enormer Verbreitung, nur begrenzt gelungen, so sie denn wirklich angestrebt war.

In der Antwort der *Erklärung von Bern*, die zeitgleich mit dem angriffigen Artikel und ebenfalls im *Öko-Journal* publiziert wurde, gehen die Initianten noch mal ausführlich auf die Ziele der Aktion ein.³⁰³ Sie heben auch hervor, dass es nie darum ging, den Juteanbau in Bangladesh zu propagieren, sondern darum, zu zeigen, dass „die anfallende Jute im Lande selbst weiterverarbeitet“ wird. Es wird allerdings eingeräumt, dass sich die Akteure „wie bei jeder popularisierenden Aktion ... auch hier auf einige einprägsame Formeln und Fakten beschränken“ mussten. Auch gegen den Vorwurf des Lohndumpings wehren sie sich, so wird vorgerechnet, dass der Lohn das Doppelte eines Tagesverdienstes eines Rikschafahrers sei, der „den ganzen Tag mit ausgemergeltem Körper Schwerarbeit leistet“. Dennoch gibt die *EvB* zu, dass „die Arbeitsentschädigung ... für unsere Begriffe beschämend tief [ist], was gerade auch die Lohnunterschiede in der internationalen Arbeitsteilung widerspiegelt, aus der wir uns nicht völlig entziehen können.“ Als wichtigstes Gegenargument wird jedoch ins Feld geführt, das *Öko-Journal* gehe von einem falschen Informationsstand bei den Konsumenten und der Zielgruppe der Aktion aus. So heisst es:

„Konsumentenaktionen sind nicht nur für Intellektuelle konzipiert, auch nicht für solche, die es bereits wissen. Sie sind vielmehr eine Form der Erwachsenenbildung, ein konkreter Aufhänger, um abstrakte Fragen zur Diskussion zu stellen, eine Möglichkeit des praktischen Engagements für Gruppen und Informationskreise. Uns gilt der Jutesack vor allem als Träger einer Botschaft. Die Form und die Art des Sacks ist uns weniger wichtig.“³⁰⁴

Diese Kontroversen spielten sich in einem relativ kleinen Kreis ab und erreichten nur eine begrenzte Öffentlichkeit, wir wollen uns nun aber grösseren und schwieriger zu handhabender Kontroversen zuwenden, die nicht mit einem Antwortbrief erledigt werden konnten.

³⁰² Vgl. das Kapitel 5.1.1. „Eine neue entwicklungspolitische Aktion“ – Vorbereitung und Organisation.

³⁰³ Ganzer Abschnitt nach: Fragwürdige Aktion „Jute statt Plastic“: Weder Jute noch Plastic, in: *Öko-Journal*, Nr. 2, März 1977, S. 20. In: *Jute statt Plastic: 1976 – 1983*, SozArch Ar 430.28.1.

³⁰⁴ Fragwürdige Aktion „Jute statt Plastic“: Weder Jute noch Plastic, in: *Öko-Journal*, Nr. 2, März 1977, S. 20. In: *Jute statt Plastic: 1976 – 1983*, SozArch Ar 430.28.1.

5.3.2. Das Beschwerdeverfahren Böhi oder Farner-Connections

Schon im Frühling 1978 hatten sich die Organisatoren der Aktion mit Gerüchten zu befassen, dass die Jute-Taschen nicht aus Bangladesh sondern aus Hongkong stammen würden. Die Quelle dieser reichlich absurden Gerüchte, hatte doch die *EvB* die Taschen direkt selber aus Bangladesh importiert, konnten vorerst nicht ausfindig gemacht werden.

Am 10. Juli 1978 wurde dann bei der *Schweizerischen Kommission zur Überwachung der Lauterkeit in der Werbung* eine Beschwerde durch Frau Doris Böhi eingereicht.³⁰⁵ Diese Kommission ist ein privates Schiedsgericht der schweizerischen Werbebranche mit der Aufgabe der Überprüfung der Übereinstimmung mit den Internationalen Richtlinien für die Werbepraxis. Rechtlich hat die Kommission keine Befugnisse, allerdings kann sie Sanktionen aussprechen und ihre Urteile veröffentlichen. Die Beschwerde betraf drei Punkte, erstens seien „die in unserem Land angebotenen Jutetaschen ... sicher nicht handgenäht“. Weiter sei „abzuklären, ob diese sicher maschinell hergestellten Jutetaschen ... überhaupt das ‚Armenhaus Asiens‘ gesehen haben.“ Ebenfalls „undurchsichtig“ sei die „Preiskalkulation“. Die *EvB* antwortete in einem ausführlichen 5-seitigen Brief an die Kommission und wies alle drei Vorwürfe zurück, vor allem konnten sowohl die Herkunft als auch die Kostenrechnung zweifelsfrei belegt werden.³⁰⁶ Zum Schluss des Briefes bat Rudolf H. Strahm:

„Wir möchten Sie nun bitten, die Beschwerdeführerin über die wahren Sachverhalte aufzuklären und sie ... zu einem Widerruf der Verdächtigungen und einer Entschuldigung anzuhalten. Sie verstehen, dass Entwicklungsorganisationen gegenüber solchen Verdächtigungen ganz besonders empfindlich sind, weil sie ja auch vom good-will der Öffentlichkeit leben.“³⁰⁷

Die Gefahr für die Aktion wurde also sehr schnell erkannt und daher auch massiv und schnell reagiert. Der Vorschlag der *EvB* auf ein klärendes Gespräch wurde von der Beschwerdeführerin ausgeschlagen und die Kommission entschied nur aufgrund der Akten. Nunmehr konzentrierten sich die Ermittlungen auf den Begriff „Handarbeit“. In einem langwierigen Verfahren wurde hier um verschiedene Definitionen gestritten, da die Seitennähte der Taschen zugegebenermassen mit fussbetriebenen Nähmaschinen gefertigt wurden. Am 5. April 1979 entschied die Kommission, dass „der Aufdruck ‚Handarbeit aus Bangladesh irreführend und somit unlauter“ sei und „bei künftigen ähnlichen Aktionen ...

³⁰⁵ Ganzer Abschnitt nach: Beschwerde von Frau Doris Böhi, 10. Juli 1978, in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

³⁰⁶ Brief von Rudolf H. Strahm namens der *EvB*, 20. Juli 1978, in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

³⁰⁷ Brief von Rudolf H. Strahm namens der *EvB*, 20. Juli 1978, S. 5, in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

wegzulassen“ sei.³⁰⁸ Die Möglichkeit des Rekurses wurde durch die EvB nicht ergriffen,³⁰⁹ vielmehr wurde in einem internen Konzeptpapier der Antrag gestellt, das Verfahren abubrechen und den Weg „Breitschlagen in der Öffentlichkeit“³¹⁰ zu wählen. Gleichzeitig wurde nach den Hintergründen der Beschwerde gesucht. Das zeigt meines Erachtens die Mentalität des Kalten Krieges. Als bald stellte sich heraus, dass die Beschwerdeführerin von ihrem Mann nur vorgeschoben wurde.³¹¹ Der Ehemann Hans Ulrich Böhi, sass im Verwaltungsrat einer Marketingfirma, die in Bangladesh zuvor fingierte Anfragen zur Offertenstellung für Jute-Taschen³¹² angefordert hatte. Im Archiv der *Erklärung von Bern* finden sich die eingeholten Handelsregistrauszüge und Notizen über die Verbindungen von Herr Böhi. So stiess die EvB bei den Recherchen schliesslich auch auf Herr Dr. Rudolf Farner³¹³, der im Verwaltungsrat derselben Firma war. Es zeigte sich zudem, dass diese Firma mit der *Dr. Rudolf Farner Holding* eng verknüpft war. Überdies stellte sich heraus, ein pikantes Detail, dass Hans Ulrich Böhi zudem Verwaltungsrat in mehreren Firmen der Kunststoff- und Chemiebranche war.

Nun wurde aktiv die Öffentlichkeit gesucht, indem über das ganze Verfahren in einer Rundbriefbeilage berichtet wurde und die Verstrickungen mit Rudolf Farner dargestellt wurden.³¹⁴ So schreibt die EvB:

„Was bringt eine Marketingfirma, welche mit Dr. Rudolf Farner liiert ist, dazu, eine einfache Hausfrau vorzuschieben, um über das private Schiedsgericht der Werbebranche gegen die Aktion ‚Jute statt Plastic‘

³⁰⁸ Entscheid der Kommission, 5. April 1979, in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

³⁰⁹ Vgl. zu den Gründen: Am Anfang war eine Jute-Idee... : Kritischer Rückblick auf eine erfolgreiche Aktion. (Hg. Erklärung von Bern). Dokumentation zum Rundbrief Nr. 3/1979. Zürich 1979. S. 13.

³¹⁰ Wo stehen wir? (Konzeptpapier U. Haymoz EvB, 14. Mai 1979), in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

³¹¹ So schrieb sie eigenhändig an die EvB: „... die ... Beschwerde nicht von mir stammt“, vgl. Brief von Doris Böhi vom 15. Mai 1979, in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

³¹² Kopien davon finden sich im Archiv der EvB. Diese sind wohl, so meine Vermutung, nach Anfragen in Bangladesh durch die ahnungslosen Kooperativen dann der EvB zugeschickt worden, in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

³¹³ Vgl. zur Person von Rudolf Farner das Kapitel „Rudolf Farner: Politik als Geschäft“ im zwar ideologisch gefärbten aber faktenmässig absolut stichhaltigen Buch: Frischknecht, Jürg, Haffner, Peter, Haldimann, Ueli, Niggli, Peter. Die unheimlichen Patrioten: Politische Reaktion in der Schweiz. Ein aktuelles Handbuch mit Nachtrag 1979 – 1984. 5. erweiterte Auflage. Zürich 1984, S. 198-212. Vgl. auch die Seiten 536-552.

³¹⁴ Am Anfang war eine Jute-Idee... : Kritischer Rückblick auf eine erfolgreiche Aktion. (Hg. Erklärung von Bern). Dokumentation zum Rundbrief Nr. 3/1979. Zürich 1979.

vorzugehen? Weshalb wird da nicht offen agiert? Stehen etwa wirtschaftliche oder politische Interessen dahinter? Wir sind überzeugt, dass beides zutrifft.“³¹⁵

Doch die Angriffe sollten damit nicht beendet sein. Bald wurden die Vorwürfe der falschen „Preiskalkulation“ und um die Verteilung des Überschusses neu aufgenommen. Auch hier spielte die Werbeagentur von Dr. Rudolf Farner eine Rolle.

5.3.3. Wirbel um die Verteilung des Überschusses

Im Februar 1979 fanden sich die Mitglieder des *Vereins Jute-Aktion* zum Abschluss der Aktion zusammen, um die Abrechnung entgegenzunehmen und über die Verwendung des Restbetrages zu entscheiden. Der Reingewinn entstand, da sich durch die höheren Bestellmengen, statt 40'000 Säcke schlussendlich 240'000 Säcke, die Fixkosten auf mehr Säcke verteilten, während aber unmöglich der Verkaufspreis von 2 Franken pro Taschen mitten in der Aktion gesenkt werden konnte.³¹⁶ Dies war immer transparent gemacht worden, schon im Verkäuferdossier von 1977 findet sich nämlich der Satz: „Ein allfälliger restlicher Ertrag der Aktion wird für die nächste Konsumentenaktion eingesetzt.“³¹⁷ Vom Reingewinn gingen 10'000 Franken an OS3, 5000 an den Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung und der Restbetrag von 16'000 an die *Aktion Finanzplatz Schweiz–Dritte Welt*, die den Betrag zur Deckung ihrer Unkosten für die „entwicklungspolitische Informations- und Bildungskampagne ... zu den Fragen des Verhältnisses von Finanzplatz Schweiz und Dritter Welt“ verwendete.³¹⁸ Der nächste Abschnitt mag aus diesen Gründen auf den ersten Blick erstaunen, wie wir sehen werden, geht es dabei, so meine Interpretation, nur vordergründig um die tatsächliche Gewinnverteilung, so dass der Wirbel darum in der Presse seine Bedeutung in einem diskursiven Feld bekommt, in dem es weniger um Tatsachen als um Behauptungen und Diffamierungen geht.

Ich werde mich hier für dieses Kapitel auf einige Zeitungsartikel beschränken müssen, da sich fast die gesamte Schweizer Presse³¹⁹ zu diesem Thema geäußert hat. Die *EvB* spricht in

³¹⁵ Am Anfang war eine Jute-Idee... : Kritischer Rückblick auf eine erfolgreiche Aktion. (Hg. Erklärung von Bern). Dokumentation zum Rundbrief Nr. 3/1979. Zürich 1979. S. 14.

³¹⁶ Vgl. dazu im Archiv den Brief der EvB an Erna Straub-Weiss vom 13. Juni 1979, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2

³¹⁷ Jute-Aktion (Hg.). Jute statt Plastic. Dossier zur Verkäuferschulung. Zürich 1977. S. 23.

³¹⁸ Brief von Peter Braunschweig namens der Aktion Finanzplatz Schweiz-Dritte Welt an die Vereinigung Jute-Aktion, vom 19. Februar 1979, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1. Beschluss im Sitzungsprotokoll vom 20. Februar 1979 zum Abschluss der Jute-Aktion, in: Jute statt Plastic: 1976 – 1983, SozArch Ar 430.28.1.

³¹⁹ Vgl. die diversen Artikel aus der Deutschschweiz und der Romandie in: Presseordner Argus: 1977 – 1979, SozArch Ar 430.80.5 und in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2. und in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

ihrer Rundbriefbeilage gar von einer „Pressepolemik“³²⁰. Ich wähle die Artikel in den grösseren Blättern mit einer hohen Auflagenzahl, während ich kleinere Provinzzeitungen ausser Acht lasse, da sich die Inhalte sehr gleichen. Zusätzlich werde ich die Reaktion der *Erklärung von Bern* untersuchen, die hier stellvertretend für den ganzen *Verein Jute-Aktion* agiert.

Am 3. Mai 1979 erreichte eine Anfrage von Martin Ungerer, dem Chefredaktor der *Schweizerischen Handelszeitung*, die *EvB*. Darin wurden Details der Aktion erfragt und Unterstellungen betreffend Handarbeit und Herkunft der Taschen, sowie über die Preiskalkulation gemacht. Klar zeigt sich, dass der Chefredaktor über Kenntnisse des Beschwerdeverfahrens Böhi verfügt. Die *EvB* ihrerseits antwortete in zwei ausführlichen Briefen auf den Fragenkatalog. Es wurden auch Unterlagen über die Finanzierung der Aktion und über die Mitarbeiter der *EvB* abgegeben. Gleichwohl erschien am 25. Mai ein sehr kritischer Artikel über die Aktion, in dem von „Zweckentfremdung eines grossen Teils der Aktionsgelder“ gesprochen wurde, sowie die Preiskalkulation erneut angezweifelt wurde.³²¹ Weiter wurden die Vorwürfe des Beschwerdeverfahrens öffentlich wiederholt, bevor schliesslich die Verwendung des Überschusses kritisiert wurde:

„So bleibt die Frage offen, was mit eventuellen Überschüssen aus der Aktion geschah, oder ob aus der Aktion selbst Mittel für anderweitige Aktionen ‚abgezweigt‘ wurden. ... wobei die Erklärung von Bern sich mit der Wiederverwendung der Publikumsgelder am Rande dessen bewegt, was man schlicht als ‚Missbrauch‘ bezeichnen würde.“³²²

In mehreren Briefen wurde von der *EvB* ohne Erfolg versucht, eine Richtigstellung zu erreichen. Der Chefredaktor und Verfasser des Artikels schreibt nur in einem Brief, seine eigene Stellung sehr deutlich auslegend:

„Ich bedaure, dass damit vielleicht künftige, wirklich karikative Aktionen gebremst werden könnten, denn ich persönlich bin ebenfalls der Ansicht, dass man nicht genug in der Entwicklungshilfe leisten kann. Andererseits bin ich für Sauberkeit und offene Karten. ...“³²³

³²⁰ Am Anfang war eine Jute-Idee... : Kritischer Rückblick auf eine erfolgreiche Aktion. (Hg. Erklärung von Bern). Dokumentation zum Rundbrief Nr. 3/1979. Zürich 1979. Darin findet sich auch ein geraffter Überblick über alle Vorwürfe und Ausschnitte aus Leserbriefen. Vgl. zum Konzept der Öffentlichkeitsarbeit der *EvB* weiter unten in diesem Kapitel.

³²¹ Martin Ungerer. Am Anfang war eine ‚Jute-Idee‘. In: *Schweizerische Handelszeitung*, Nr. 21, 25. Mai 1979. S. 3-4. In: *Presseordner Argus: 1977 – 1979*, SozArch Ar 430.80.5.

³²² Martin Ungerer. Am Anfang war eine ‚Jute-Idee‘. In: *Schweizerische Handelszeitung*, Nr. 21, 25. Mai 1979. S. 3-4. In: *Presseordner Argus: 1977 – 1979*, SozArch Ar 430.80.5.

³²³ Brief des Chefredaktors der *Schweizerischen Handelszeitung* Martin Ungerer an die *EvB* am 20. Juni 1979, in: *Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979*, SozArch Ar 430.328.4.

Es zeigt sich also, dass das Verständnis des Autors sehr stark von den Zielen der *Erklärung von Bern* und auch der Jute-Aktion abweicht. Ob er diese nicht verstanden hat oder nicht verstehen wollte, sei dahingestellt.

Den Artikel der *Schweizerischen Handelszeitung* nahm die PR-Agentur Farner zur Basis für ihre Pressemeldung an alle Redaktionen unter dem Titel „Entwicklungshilfe als ‚Gewinn‘“:

„fast ein viertel der entwicklungsgelder zweckentfremdet: die entwicklungshilfeaktion ‚jute statt plastic‘ kommt nicht nur bangladesh zugute. ein grosser teil der gelder bleibt in der schweiz und wird für politische aktionen verwendet. ... der grosste anteil davon, naemlich 17'000 franken, wurde der aktion ‚finanzplatz schweiz – dritte welt‘ fuer ihre politischen aktivitaeten zugunsten der bankeninitiative der sozialdemokratischen partei der schweiz zugeleitet.“³²⁴

Hier wurde also erstmals auch ausdrücklich der Vorwurf erhoben, das Geld werde für die Bankeninitiative verwendet. Daraufhin übernahm die Agentur *Schweizerische politische Korrespondenz*³²⁵ diese Meldung, so dass Artikel in verschiedenen Schweizer Zeitungen erschienen. So zum Beispiel in der *NZZ*, die die Vorwürfe aufnahm.³²⁶

Die Reaktion der *EvB* auf diese Angriffe war sehr schnell und deutlich. Mit einem Konzeptpapier zur Öffentlichkeitsarbeit³²⁷, das von allen Mitgliedern des *Verein Jute-Aktion* angenommen wurde, und einer sehr offenen Informationspolitik wurde versucht, der Kritik zu begegnen. So wurden ein Flugblatt für die breite Öffentlichkeit erstellt, sowie ausführliche Reader zur Aktion und den Angriffen dagegen zu Händen der Redaktionen zusammengestellt. In Begleitbriefen an die Redaktionen wurde auf die Zusammenhänge mit der Bankeninitiative eingegangen:

„Das Engagement des PR Büros Dr. Rudolf Farner in dieser Angelegenheit können wir uns nur mit der Tatsache erklären, dass unsere Organisation sich von Anfang an sehr konsequent für die Forderungen der Bankeninitiative eingesetzt hat und dies immer noch macht. Es ist ja sonst nicht gerade üblich, dass sich Public Relations Agenturen in entwicklungspolitische Diskussionen einschalten.“³²⁸

Im Flugblatt wurden erneut die Ziele der Jute-Aktion dargestellt, die Angriffe wurden klar in Verbindung mit der Unterstützung der Bankeninitiative gebracht:

„Im Rahmen dieser Informationsarbeit unterstützte die Aktion auch die Bankeninitiative der Sozialdemokratischen Partei. Dies deshalb, weil das Bankgeheimnis und die schweizerische Rechtshilfepraxis

³²⁴ Meldung der Agentur Farner vom 29. Mai 1979, in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4. Kleinschreibung im Original.

³²⁵ Die spk ist nicht eine gewöhnliche Nachrichtenagentur, sondern ein „Pressedienst“ mit den Zielen, „die bürgerliche Politik positiv [zu] beleuchten und die negativen Seiten der sozialistischen Staatswirtschaft [zu] kommentieren“, zit. nach Frischknecht, Haffner, Haldimann, Niggli. Unheimliche Patrioten, S. 162, Vgl. zur spk daselbst S. 160-180 und S. 526-530.

³²⁶ *NZZ*, Nr. 123, 1979. In: Presseordner Argus: 1977 – 1979, SozArch Ar 430.80.5.

³²⁷ Konzept Öffentlichkeitsarbeit (Papier von U. Haymoz, EvB), in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

³²⁸ Brief der EvB vom 20. Juni 1979 an die Schweizer Presse, in: Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial, SozArch Ar 430.28.2.

für Fluchtgelder aus der Dritten Welt bei Schweizer Banken von ausschlaggebender Bedeutung sind. Die Bankeninitiative enthält zu diesen Zusammenhängen wichtige Forderungen, welche die Aktion ‚Finanzplatz Schweiz – Dritte Welt‘ veranlassen, diese Initiative zu unterstützen. ... Dieses Engagement im Zusammenhang mit der Bankeninitiative führte nun zu heftigen Angriffen gegen die Aktion ‚Jute statt Plastic‘. ... Das Büro Farner ist die Imagepflege-Agentur von grossen schweizerischen Unternehmen und Wirtschaftsverbänden. So hat dieses Büro die Krisenregie nach dem Fluchtgeldskandal der Schweizerischen Kreditanstalt in Chiasso übernommen. Das Büro Farner betreibt auch heute noch die Imagepflege dieser Grossbank in der Schweiz. ... Eines ist jetzt schon klar erkennbar: Man schlägt in der Öffentlichkeit kräftig auf den Jute-Sack und versucht, einen Keil zwischen die Erklärung von Bern und die Entwicklungshilfswerke zu treiben.“³²⁹

Hier werden durch die *EvB* bereits eindeutige Wertungen und Interpretationen geliefert, die uns auf dem Hintergrund des Kalten Krieges interessieren müssen. So ist es sehr interessant, dass sich das Büro Farner im Dienste der Schweizer Grossbanken gegen die Bankeninitiative engagiert, dabei aber nicht direkt agiert, sondern verdeckt „den Jute-Sack schlägt“. Dass die entwicklungspolitische Konsumentenaktion in die Schusslinie gerät, erstaunt aber aus den Gründen der Zielsetzungen der Aktion kaum, sind diese doch innenpolitisch mit Zündstoff gefüllt.

Deutlich zeigt sich auch der Versuch, die *EvB* zu isolieren, wie diese das ja selber richtig bemerkt. So schreibt die *NZZ* unter dem Titel „Entwicklungshilfe und Bankeninitiative“, dass es den kleineren Gruppierungen innerhalb des *Vereins Jute-Aktion* gegen den Willen der grossen Hilfswerke gelungen sei, „Vorkämpfern der Bankeninitiative Geldmittel zuzuleiten“.

„Vor allem, und das ist die Hauptsache, ist es ihr [der *EvB*; d. V.] damit gelungen, in den Augen der Öffentlichkeit das *Prestige mehrerer grosser Hilfswerke* ein Stück weit für die SP-Bankeninitiative einzuspannen, ... Es läge zweifellos im Interesse der grossen, repräsentativen Hilfswerke, wenn sie künftig solche ‚*Vereinnahmen*‘ für parteipolitische Zwecke zu vermeiden und ihre Haltung in so heiklen Fragen bei sich selbst und der Öffentlichkeit klarzumachen wüssten. ... so fragen wir uns – und glauben damit Überlegungen mancher Käufer von Jutesäcken auszudrücken – ob es sich ernsthafte und auf das *Vertrauen* ihres Publikums angewiesene Hilfswerke leisten können, das Ergebnis von Drittweltaktionen in parteipolitische Initiativen zu ‚investieren‘ und sich damit ins Schlepptau von Anliegen nehmen zu lassen, die der politischen Ideologie näher stehen als dem Hilfsgedanken.“³³⁰

Der Versuch der Spaltung muss misslungen sein. Wenn man die Korrespondenz im Archiv der *Erklärung von Bern* untersucht, so finden sich nirgends Hinweise auf Zerwürfnisse. Dass dieser Versuch aber unternommen wurde, um so gleichzeitig die sich neu formierende und sehr erfolgreich agierende Fair-Trade-Bewegung innerhalb der entwicklungspolitischen Bewegungen der Schweiz zu schwächen und die sich neuerdings frecher und kritischer

³²⁹ Jute statt Plastic: Die Erklärung von Bern zu den Pressemeldungen rund um die Jute-Aktion. Flugblatt 1979. Hervorhebung im Original.

³³⁰ Entwicklungshilfe und Bankeninitiative: Die Verwendung des Überschusses aus ‚Jute statt Plastic‘, in: *NZZ*, Nr. 131, 9. Juni 1979, in: *Presseordner Argus: 1977 – 1979*, SozArch Ar 430.80.5. Hervorhebungen im Original.

gebärdenden Hilfswerke zu disziplinieren, erlaubt – wie ich noch ausführen werde – eine starke Aussage über die Wirksamkeit des Kalten Krieges in der Schweiz.

5.3.4. Disziplinierungsversuch gegen Innen – Interpretation der Kontroversen

In diesem kurzen Kapitel soll versucht werden, die Angriffe auf der Folie des Kalten Krieges als Disziplinierungsversuch gegen Innen, nach Mary Kaldor³³¹, zu deuten.

Die Kontroversen zeichnen sich alle durch ein verdecktes Handeln und Agieren auf Seiten der Wirtschaftsverbände aus. So wird eine Hausfrau vorgeschoben, es wird eine Kommission zur Überwachung der Lauterkeit in der Werbung bemüht, es werden letztlich unhaltbare Vorwürfe laut, die Herkunft und die Handarbeit seien unlauter, sowie die Preiskalkulation stimme nicht. Schliesslich wird die Gewinnverteilung kritisiert, obwohl diese von Anfang an offen deklariert wurde. Ich sehe die Gründe in diesen Handlungen darin, dass die Konsumentenaktion „Jute statt Plastic“ ein grosser Erfolg war und dass allein schon dieser Umstand die Kreise um Dr. Rudolf Farner und Hans-Ulrich Böhi auf den Plan gerufen hat. Dass dabei die Konkurrenzierung der Plasticsäcke eine Rolle spielte, ist trotz 240'000 verkaufter Taschen zu bezweifeln. Vielmehr stehen die innenpolitischen Zielsetzungen der Aktion im Visier. Die Verbindung zur Bankeninitiative und die, man muss es nachträglich sagen, öffentlichwirksam eher ungeschickte Überschussverteilung an die stark „politische“ *Aktion Finanzplatz Schweiz – Dritte Welt*, waren für die politische Rechte willkommene Möglichkeiten für Angriffe. Da die Konsumentenaktion stark auf die Öffentlichkeit zielte, war hier das diskursive „Schlachtfeld“, auf dem um Begriffe wie „Handarbeit“ gefochten wurde. Dass es um anderes ging, nämlich um Veränderungen der schweizerischen Gesellschaft zugunsten der Dritten Welt, war beiden Parteien immer klar, wurde so aber kaum offen deklariert. Auch das „Missverständnis“ zwischen karitativer und politischer Entwicklungshilfe oder besser zwischen Entwicklungshilfe und Entwicklungspolitik mit den verschiedenen Ansatzpunkten gehört in diese Kategorie. Dass die *EvB* dieses Missverständnis zwar diskursiv aufgelöst hat, die Aktionsgruppen dies aber wahrscheinlich auch nicht immer in diesem Sinne transportiert haben, gehört zu den Eigenschaften einer Bewegung, die sich aus verschiedenen heterogenen Gruppen zusammensetzt. Die *EvB* hat es auch mit ihrer intellektualisierenden Informationspolitik nicht immer geschafft, ihre Ziele bei den Konsumenten klar und unmissverständlich anzubringen. Dass das von Kreisen, welche die ganze Aktion und ihre Ziele ablehnt, ausgenutzt wird, um die entwicklungspolitische Bewegung innenpolitisch zu isolieren und zu bestrafen, gehört zu den Merkmalen einer Gesellschaft im Kalten Krieg, zu der auch die Schweiz in den Jahren um 1979 gehört, wie ich hier zeigen konnte.

³³¹ Kaldor, Mary. *Der imaginäre Krieg: Eine Geschichte des Ost-West-Konflikts*. Hamburg und Berlin 1992.

Zwei kleinere Nachspiele der ganzen Kontroversen sollen hier noch kurz erwähnt werden.

Auch die österreichischen Aktionsgruppen, die die Aktion übernommen hatten, wurden mit Vorwürfen konfrontiert. So schreibt die leitende Organisation aus Salzburg an die *EvB*:

„Gestern verständigte uns eine Aktionsgruppe aus Haid bei Linz, dass sich eine Geschäftsfrau beschwert und behauptet habe, dass ... diese Taschen nicht aus Bangladesh kommen. ... Damals wurde auch gesagt, die Taschen kämen aus Hongkong.“³³²

Zum zweiten wurde die Steuerbefreiung im Kanton Zürich der *Erklärung von Bern* vier Jahre nach den Kontroversen mit Hinweisen auf die Jute-Aktion und die Kontroversen darum aufgehoben. Die Steuerbefreiung hatte seit dem November 1973 bestanden und war für den Verein wichtig. In der Verfügung der Finanzdirektion aus dem Jahre 1983 wurde argumentiert, da der Verein 1977 [!] seine Statuten geändert habe „und weil der Verein von privater Seite wegen der von ihm geführten und organisierten Aktion Jute statt Plastic angegriffen und insbesondere des unlauteren Wettbewerbs beschuldigt wurde, drängte sich eine Neuüberprüfung der Steuerbefreiung auf.“³³³ Somit haben die Angriffe gegen die Jute-Aktion der *EvB* doch auch nachhaltig geschadet.

³³² Brief der EZA an die *EvB*, 11. Mai 1979, in: Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland, Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979, SozArch Ar 430.328.4.

³³³ Verfügung der Finanzdirektion des Kantons Zürich 29. September 1983, in: Finanzen, Archivmaterial aus diesem Bereich befindet sich nicht im SozArch, sondern bei der *EvB* in Zürich.

6. Jute bei OS3 1979 – 1990

Ab Anfang 1979 wurden die Jutetaschen über die *Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)* vertrieben und damit ins normale Sortiment der Importgenossenschaft aufgenommen. Schon seit 1978 hatte nämlich die neugegründete Genossenschaft den ganzen Import und den Vertrieb in der Schweiz übernommen. Damit ist auch die Jute-statt-Plastic-Tasche eines der ersten OS3-Produkte und ein Pionier des etablierten Fairen Handels in der Schweiz. Da neu durch den Wegfall der früheren Aktionskosten ein Gewinn von 50 Rappen pro Tasche erzielt wurde, wurde ein spezieller Fonds für Sonderprojekte der Partner in Bangladesh eingerichtet.

Die Faltblätter, die von OS3 zu den Jute-Produkten hergestellt wurden, enthalten in den Jahren ab 1979 die praktisch identischen Informationen wie das Material zur ursprünglichen Aktion; geschickt wird dies allerdings auf knappem Platz dargestellt. Die drei Schlagwörter „Arbeit für Bangladesh“, „Schonung von Umwelt und Energie“ und „Umschwenken zu einem neuen Lebensstil“ wurden beibehalten, ergänzend wurden nur Hinweise auf OS3 und auf Bestellmöglichkeiten angebracht.³³⁴ Der vierte Punkt „Umdenken zu einem neuen Wachstum“ wurde in den „neuen Lebensstil“ integriert, so dass die beiden kritischen Punkte gesamthaft abgeschwächt wurden, während das entwicklungspolitische und das ökologische Ziel unverändert beibehalten wurden. Ob dies aus inhaltlichen Überlegungen oder pragmatisch aus Platzmangel geschehen ist, bleibe dahingestellt.

In einem von OS3 zusammengestellten Dossier werden im Frühjahr 1979 verschiedene Beiträge versammelt, um so „als Entscheidungshilfen für die Fortsetzung und weitere Ausgestaltung der Jute-Aktion“³³⁵ zu dienen. Der weitere Verkauf und welche Kanäle dafür angepeilt werden sollten, war unklar. So schreibt Hans Ott in der Einleitung zum Dossier:

„... mehr Nachdruck legen die Produzentenvertreter allerdings auf eine entschlossener Ausweitung des Absatzes ihrer Produkte, um die Arbeitsplatzschaffung in Bangladesh intensivieren zu können. Bisher sind die Taschen in der Schweiz von Aktions- und Basargruppen und von Dritte Welt-Läden vertrieben worden; OS3 rechnet derzeit mit einem jährlichen Absatz von 100'000 Stück. Vorgeschlagen ist jetzt ein nächster Schritt, um Juteprodukte auch in den normalen Handelskanälen, z. B. in Detailgeschäften fester zu etablieren – und dennoch das Konzept des alternativen Handels ernst zu nehmen. Gerechtere Preise, sicherer Absatz ohne Zwischenhandel und Spekulation, Transparenz, Information. Es ist aber noch offen, wie sich eine entsprechend erweiterte Importförderung erarbeiten und realisieren lässt.“³³⁶

Diese „erweiterte Importförderung“ soll im folgenden Kapitel im Zentrum stehen.

³³⁴ Vgl. die beiden Faltprospekte der Jahre 1979 und ca. 1980, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1976 -1983, SozArch Ar 85.5113.

³³⁵ Jute: Dossier. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3), Redaktion Hans Ott). Sonceboz 1979.

³³⁶ Jute: Dossier. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3), Redaktion Hans Ott). S. 1.3. Sonceboz 1979.

Auch in einem Arbeitspapier nach einer Reise nach Bangladesh werden ähnliche Grundtöne angeschlagen. Alle besuchten Kooperativen hoffen auf grössere Bestellungen, dies wird im Bericht sehr deutlich.³³⁷

In einem Grundsatzpapier unter dem Titel „OS3 bald in breiterem Handel?“ vom November 1979, das sich im Archiv befindet, werden Überlegungen über die Zukunft der Importförderungstelle dargelegt, die grundlegend sind und eng mit dem Produkt Jute verknüpft sind. Es geht um die Frage der Ausrichtung der ganzen Organisation:

„Soll OS3 vor allem ein Informationsinstrument sein oder aber eine Dienststelle für selektive Importförderung aus der Dritten Welt? ... Müsste OS3, weil die Absatzstrukturen begrenzt sind, zusätzlich ganz neue Kanäle finden [gemeint ist: zusätzlich zum Verkauf über die Dritte Welt-Läden; d. V.]? Die Frage ist nicht mehr nur theoretisch, seit eine entsprechende Nachfrage nach Jutetaschen durch kommerzielle Abnehmer sich abzeichnet. ... Soll OS3 in den breiteren Handel vorstossen? Einer Reihe von Vorteilen und positiven Möglichkeiten stehen Nachteile und Risiken gegenüber. Als Vorteil kann gelten, dass eine Ausweitung den höheren, regelmässigen Absatz bedeuten kann, auf den ja viele Produzentengruppen in der Dritten Welt drängen. ...

In der Schweiz wäre durch eine Ausweitung das Thema des gerechten Handels in breiteren Kreisen deutlich zu machen. ... Dabei könnten sich die Ideen und die Umsatzzahlen gegenseitig in ihrer Wirkung verstärken. Jetzt ist es doch oft so, dass man die OS3-Ideen vielleicht sympathisch findet – aber relevant sind sie für den Kommerz noch kaum.

... Nachteile sind jedoch ebenfalls in Sicht. Etwa bei der Information zu den einzelnen Produkten, wo vielleicht Einschränkungen in Kauf zu nehmen wären. Und dann im Bereich der Dritte Welt-Läden, deren unentbehrliche Rolle als Basisgruppen und Informationszentren neu durchdacht werden muss. Dafür ist eine offene Diskussion der Gründe für die bisherige, manchmal ängstlich wirkende Zurückhaltung vieler Ladengruppen nötig.

Bisher haben wir entwicklungspolitische Informationsaktionen gefördert, mit dem Produkt als Aufhänger und Symbol. Können wir auch Wege finden, um das Produkt selbst zu fördern und damit den Anspruch des alternativen Handels ein Stück weit einzulösen?³³⁸

Diese Überlegungen sind grundsätzlich und wollen eine starke Änderung der bisherigen Politik. Die Nachteile werden deutlich genannt, so sind Abstriche bei der Information zu erwarten, was sich zwar letztlich nur teilweise bestätigt hat, wie wir noch sehen werden.³³⁹

Auch die Rolle der Dritte-Welt-Laden-Bewegung wird durch OS3 in Frage gestellt, hierbei handelt es sich, wie Laemmel in ihrer Arbeit zeigen kann, um einen Konflikt, der sich bei verschiedenen Themen zeigt und der Tradition hat.³⁴⁰ Die vorgeschlagene Abkehr von der

³³⁷ Ott, Hans. „Jute statt Plastic“, fünf Jahre später: Bericht von einer Reise nach Bangladesh. Sonceboz 1981.

³³⁸ OS3 bald in breiterem Handel? Grundsatzpapier von Mario Carera, November 1979, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1976 – 1983, SozArch Ar 85.5113.

³³⁹ Vgl. zum Dilemma zwischen Information und Umsatz in den Praxis das Kapitel 6.3. „Gute Ideen werden mit der Zeit nicht schlechter“ – die Herbstaktion 1983.

³⁴⁰ So ist auch die Informationspolitik ein Streitpunkt. Grundlegend handelt es sich dabei um einen schwierigen Prozess einer Bewegung auf dem Weg zu einer Institution, die Ladenbewegung blieb länger basisorientiert, während sich bei OS3 schnell professionelle Strukturen zeigten. Das dies zu Konflikten

Information und der Ware als reinen „Aufhänger und Symbol“, stellt eine komplette Neuausrichtung dar. Die Jute und der Erfolg der Taschen haben also bei OS3 zu einer Revision der Geschäftspolitik geführt. Damit ist Jute das Produkt im Sortiment, welches den grössten Einfluss bei der Diskussion um eine neue „Vermarktungspolitik“ einnahm und als eigentlicher Auslöser und Motor für die Entwicklung bezeichnet werden kann.³⁴¹

6.1. Jutesäcke im Versandkatalog? – Versuche im breiteren Handel

In einer erneuten Aktion nahmen ab 1980 die 3. Welt-Läden die Jute-Kampagne wieder auf, und dies so erfolgreich, dass OS3 Mühe hatte, die Bestellungen auszuführen und die Lieferfristen einzuhalten.³⁴² Auch OS3 beschloss an der Generalversammlung, abklären zu lassen, wieweit ihre Produkte im kommerziellen Handel verkauft werden könnten,³⁴³ und gab dazu eine Studie in Auftrag, die das am Beispiel der Jute untersuchen sollte.³⁴⁴ Diese Studie wurde vom *Bundesamt für Aussenwirtschaft (BAWI)* mit gesamthaft 350'000 Franken aus dem ‚Rahmenkredit für wirtschafts- und handelspolitische Massnahmen zugunsten von Entwicklungsländern, Posten Importförderung‘ unterstützt.³⁴⁵ Das *BAWI* setzte allerdings auch bezeichnende Grenzen, so heisst es in einem Protokoll:

„Information kann so lange weitergegeben werden, wie es sich – wie im Falle von Bangladesh – , um die Situation des Landes handelt, Sie darf jedoch nicht die schweizerische Industrie angreifen. Information allgemein und Aufdruck auf den Jutetaschen wird jedoch nicht in Frage gestellt“³⁴⁶

Die Studie schätzte die Chancen der Jute-Produkte im kommerziellen Handel als eher gering ein, dies aufgrund der Wichtigkeit der Kontakte zwischen den Produzenten und der verkaufenden Stellen. Allerdings wurden dennoch Versuche mit Juteprodukten mit dem Aufdruck ‚Jute statt Plastic‘ im breiteren Handel unternommen, da die Studie grössere Warenhäuser als eine Möglichkeit erachtete. So wurde im Veillon-Versandkatalog vom Mai 1983 eine Seite mit den Abbildungen der Produkte geschaltet. Diese war OS3 von Charles

führen kann, ist weder neu, noch spezifisch für die Fair-Trade-Bewegung. Vgl. Laemmel, Wandel durch Handel, S. 76-81.

³⁴¹ Vgl. dazu das gute Kapitel ‚Vermarktungspolitik: Umsatz oder Information?‘ bei Laemmel, Wandel durch Handel, S. 82-94.

³⁴² Vgl. Laemmel, Wandel durch Handel, S. 83.

³⁴³ Anstösse dazu gaben sicherlich die Anfragen aus dem kommerziellen Handel, dies etwa im Gegensatz zu Produkten wie Kaffee oder Bananen, vgl. dazu das Kapitel 1.1.4. Anfragen aus dem kommerziellen Handel.

³⁴⁴ De Morsier, Françoise. Promotion sur le marché suisse d’articles artisanaux en jute du Bangladesh. Bern 1983.

³⁴⁵ Akten (Korrespondenz, Protokolle), in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 – 1983, SozArch Ar 85.5111. Vgl. auch Laemmel, Wandel durch Handel, S.84-86.

³⁴⁶ Protokoll vom 21.8.1980, Gespräch zwischen BAWI (De Morsier/Gerber) und OS3 (Ott/Stetter/Blum), in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 – 1983, SozArch Ar 85.5111.

Veillon gratis offeriert worden. Um Kritik durch die Dritte Welt-Läden vorzubeugen, waren die Preise deutlich höher als in den Läden, zusätzlich wurde jeder Sendung eine Adressliste aller Dritte Welt-Läden in der Schweiz beigelegt.³⁴⁷ In den OS3-Informationen wurde auf den „Testversuch“ aufmerksam gemacht:

„Um unseren Partnern in Bangladesh neue Arbeitsmöglichkeiten zu schaffen startet OS3 ... einen Versuch: In der Frühjahr/Sommer-Ausgabe des Veillon-Versandhauskatalogs präsentiert OS3 ein Angebot verschiedener Jutetaschen für den Direktversand. ... Damit soll getestet werden, wie weit sich, zusätzlich zur 3. Welt-Ladenbewegung, neue Kreise für die Idee eines gerechten Handels gewinnen lassen. Den Bestellungen, die an uns gelangen und von uns ausgeführt werden, legen wir den Jute-Prospekt sowie ein Verzeichnis der 3. Welt-Läden bei.“³⁴⁸

Interessant ist hier das Hervorheben der Wichtigkeit der Information, so wurden nicht einfach Taschen verschickt, sondern sollten „neue Kreise“ gewonnen und informiert werden. Die Bestellungen lagen hinter den Erwartungen zurück, so dass der Versuch nicht wiederholt wurde. Allerdings wurde in der Auswertung auch auf die positiven Seiten hingewiesen, wie die Gratiswerbung in 350'000 Haushaltungen durch den Katalogversand und auf die Informationsverbreitung für die Besteller.³⁴⁹ Leider wurde versäumt, den Werbeeffect in den 3. Welt-Läden mittels eines Gratisgutscheins zu messen, wie auch kritisch angemerkt wird.

6.2. Polemiken gegen das Jute-Importförderungs-Projekt

Die Jute-Studie hat aber auch zu scharfer Pressekritik in verschiedenen Zeitungen aus dem rechtsbürgerlichen Lager geführt, die hier genauer untersucht werden soll. Schon im Oktober 1981 wurde Kritik am Jute-Importförderungsprojekt laut. Vordergründig werden die „Sparmöglichkeiten in der Verwaltung“ angesprochen, im Artikel selber heisst es dann allerdings:

„Die 3. Welt-Läden ihrerseits stellen gewissermassen den verlängerten Arm der OS3 dar, deren Waren sie absetzen. Das Besondere an dieser alternativen Handelsform liegt darin, dass mit den Waren auch entwicklungspolitische und andere *politische* ‚Informationen‘ verbreitet werden, insbesondere über Mittelamerika und Südafrika, aber auch über die SPS-Bankeninitiative, Selbstverwaltung und dergleichen mehr sowie Propaganda gegen AKW und Multis; ...“³⁵⁰

³⁴⁷ Vgl. die Seite im Veillon-Katalog von 1983, S. 59, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1982 – 1984, SozArch Ar 85.5112.

³⁴⁸ OS3-Informationen Mai 1983, in: OS3 Info, SozArch Ar 85.4911..

³⁴⁹ 1150 Bestellungen in drei Monaten (2300 Taschen), die aber einen enormen Aufwand in der Zentrale der OS3 verursachten, da die Taschen im Einzelversand und nicht in grösseren Mengen wie an die Läden verschickt werden mussten. Vgl. Papier „Auswertung OS3 Jutetaschen-Direktversand durch Veillon-Katalogwerbung“, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1982 - 1984, SozArch Ar 85.5112.

³⁵⁰ VP, Eidgenössische Subventionen, die als Entwicklungshilfe deklariert sind, fördern statt dessen parteiliche Propaganda, in: Zeitbild, Nr. 21, Oktober 1981, S. 21, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 - 1983, SozArch Ar 85.5111. Hervorhebung im Original.

Hier werden im Kalter Krieg-Manier die Dritte Welt-Läden als Zellen für den revolutionären Kampf dargestellt. Der Autor verrät sich mit seiner Argumentation. Er stört sich an der „politischen Information“. Dass er damit allerdings die Verwendung von Bundessubventionen für die Importförderung zugunsten von OS3 kritisiert, zeigt die ideologisierte Schwarz-Weiss-Mentalität des Verfassers.

Ein Jahr später wurde wiederum vor allem die Finanzierung durch den Bund moniert. So schrieb das *Centre Patronal, Presse- und Informationsdienst*, in einer Medienmitteilung von „suspekter Subvention“. Die Studie sei zudem „in jedem Fall für die Entwicklungshilfe bedeutungs- und sinnlos“.³⁵¹ Auch ein Herr Dr. Max Keller vom Schweizerischen Ost-Institut³⁵² schreibt im Oktober 1982 in der *Schweizerzeit* unter dem Titel „Als gäbe es keine Finanzlöcher in Bern: Skandalöse Subventionspraxis“ über die Studie. Er kritisiert unter anderem die Reise der Autorin nach Bangladesh und stellt fest, dass die Abklärungen auch über die schweizerische diplomatische Vertretung möglich gewesen wäre, was „schneller, zuverlässiger und vor allem billiger“ gewesen wäre.³⁵³ Er schliesst mit dem Fazit

„Die Recherchen im Falle dieser einen entwicklungspolitischen Subvention haben keine Rechtfertigung dafür erbracht, aber viele Hinweise darauf, dass hier ohne Rücksicht auf den Stand der Bundesfinanzen mit allzu leichtfertiger Hand über Steuergelder verfügt und somit der Sparauftrag des Volkes missachtet worden ist.“³⁵⁴

Auch in der *NZZ* wurden im November 1982 ähnliche Vorwürfe erhoben, der Autor des Leserbriefs ist auch hier Max Keller:

„OS3 führt die Aktion ‚Jute statt Plastic‘ fort, die 1976 von der Erklärung von Bern begonnen worden ist und seinerzeit wegen der Verteilung des Reingewinns Staub aufgewirbelt hat [sic]. Jährlich werden jetzt von der Organisation etwa 100'000 Taschen abgesetzt, von der Produzentenseite könnten es erheblich mehr sein, doch stösst die Umsatzsteigerung bei OS3 an die selbstgesetzten Grundsätze für den alternativen Handel. ... Alle diese Fragen und Tatsachen führen zum Verdacht, dass mit der Subvention weniger die Jute als ein Anliegen der OS3 gefördert werden sollte.“³⁵⁵

³⁵¹ Pressemitteilung des Centre Patronal, Presse- und Informationsdienst, Bern, Redakteur Paul Rossel, vom 15. September 1982, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 - 1983, SozArch Ar 85.5111.

³⁵² Vgl. zum Ost-Institut und zur leitenden Figur Peter Sager in dieser Arbeit das Kapitel 1.3.2. Flugblätter und das Ost-Institut. Das Thema Jute-Importförderung schafft es bis in Sagers Autobiographie: Sager, Peter. *Leben im zwanzigsten Jahrhundert. Tatsachen und Meinungen 2*. Bern 1996. S. 166-167.

³⁵³ Max Keller, Skandalöse Subventionspraxis, in: *Schweizerzeit*, 29. Oktober 1982, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 - 1983, SozArch Ar 85.5111.

³⁵⁴ Max Keller, Skandalöse Subventionspraxis, in: *Schweizerzeit*, 29. Oktober 1982, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 - 1983, SozArch Ar 85.5111.

³⁵⁵ M.K. [Max Keller], Zweifelhafte Juteförderung, in: *Neue Zürcher Zeitung*, 26. November 1982, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 - 1983, SozArch Ar 85.5111.

Auch im *Zeitbild* des Schweizerischen Ost-Instituts und in der *Trumpf Buur Zitig* erscheinen die gleichen Vorwürfe, beide Artikel wiederum von Max Keller verfasst.³⁵⁶

In einer Gegendarstellung von OS3 zuhanden der verschiedenen Redaktionen wird auf die Vorwürfe detailliert eingegangen. Das Interesse der Schweizer Konsumenten an Jute-Artikeln wird mit Hinweisen auf die Verkaufsbilanzen belegt, sowie der Nutzen der Studie hervorgehoben:

„Würden die Juteartikel aus Bangladesh auch durch kommerzielle Verteiler, durch Quartierläden verkauft, so könnte sich der Verkauf noch vervielfachen – es gäbe damit für Tausende von Frauen in Bangladesh zusätzlich Arbeit, ohne dass dies den Steuerzahler Entwicklungsgelder kosten würde. Möglichkeiten und Bedingungen dazu werden in der Studie sorgfältig abgeklärt. Angesichts der zunehmenden Verschuldung der Entwicklungsländer sollte eigentlich nicht nur das Bundesamt für Aussenwirtschaft an der Studie Interesse haben ...“³⁵⁷

Gewitzt wird hier mit den Argumenten von Max Keller gespielt, so wird das Argument der Kosten für den Steuerzahler umgekehrt, über die Jute-Vermarktung würde schliesslich Geld gespart, das sonst in die Entwicklungshilfe ginge. Der Schlusssatz ist unklar, vielleicht ist er auch bewusst offen formuliert, angetönt werden Interessen der schweizerischen Exportwirtschaft, die mit verschuldeten Staaten kaum mehr Handel treiben kann.

6.3. „Gute Ideen werden mit der Zeit nicht schlechter“ – die Herbstaktion 1983

Im Herbst 1982 reiste im Auftrag der OS3 der Ethnologe Claude-André Ribaux für sechs Monate nach Bangladesh und lieferte einen Bericht über die Situation und die Auswirkungen der Jute-Produktion auf die Frauenkooperativen und auf die kleinbäuerlichen Dorfgemeinschaften ab.³⁵⁸ Der Bericht sollte auch die Auswirkungen eines allfälligen erhöhten Auftragsvolumens bei Jute-Produkten untersuchen, falls diese stärker auch über kommerzielle Kanäle verkauft würden. Als direkte Folge des Aufenthaltes von Ribaux und seinem Bericht wird 1983 eine „Bangladesh-Aktion“ durchgeführt, um so den Verkauf der Jute-Produkte aus Bangladesh wieder anzukurbeln, eine Forderung aus Bangladesh, die schon seit der Übernahme ins OS3-Sortiment 1979 besteht. In der für die Aktion entworfenen „Gib-mi-wyter-Zytig“ heisst es:

„Es war einmal eine Jute-Idee: Eine schlichte Tasche aus Jute sollte Informationen zu Bangladesh, zu Entwicklungspolitik und zu Umweltproblemen in die Schweiz tragen. Und die Idee kam an: 500'000 Taschen

³⁵⁶ MK [Max Keller], Jute, in: *Zeitbild* Nr. 20, Oktober 1982, S. 11 und Max Keller, Ein Extrazüglein, in: *Trumpf Buur Zitig* vom 1. November 1982, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 - 1983, SozArch Ar 85.5111.

³⁵⁷ Gegendarstellung von OS3 vom 23.11.1982, in: OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 - 1983, SozArch Ar 85.5111. Auslassung im Original.

³⁵⁸ Ribaux, Claude-André. Manchmal träume ich, dass wir noch mehr Bestellungen erhalten! Jutehandwerkerinnen in Bangladesh. Bericht eines Forschungsaufenthaltes. St. Gallen und Sonceboz 1983.

wurden bis in die hintersten Winkel der Schweiz getragen. Immer begleitet mit dem Slogan ‚Jute statt Plastic‘. Gute Ideen werden mit der Zeit nicht schlechter. Darum wollen wir die Idee ein wenig beleben. ... In dieser Zeitung finden sie Informationen zu ‚Jute statt Plastic‘. Es ist doch erstaunlich wie viel sich mit der Tasche zeigen lässt. Wir sind froh, wenn Sie diese Zeitung weitergeben. Vielleicht jemandem, von dem Sie glauben, dass er noch wenig von ‚Jute statt Plastic‘ gehört hat. Es ist natürlich auch möglich, Jutetaschen zu verschenken und dem Beschenkten diese Zeitung weiterzugeben oder mit ihm über ‚Jute statt Plastic‘ etwas zu erzählen [sic]. Entscheidend ist, dass wir uns aufrufen und etwas unternehmen – auch Sie!“³⁵⁹

Deutlich wird hier die Anlehnung an die Ideen der ursprünglichen Aktion, fast kann von einer Neuauflage gesprochen werden. Die Zeitung enthält, analog dem Verkäuferdossier der Aktion von 1977³⁶⁰, denn auch Informationen zu Bangladesh, zur Juteproduktion, zur Situation der Frauen, zu einem neuen Lebensstil und zur Umweltproblematik. Die Zeitung selber verbindet geschickt Umweltaspekte und Informationsanliegen, indem die Leser gebeten werden, die Zeitung weiterzugeben. Allerdings findet sich auch ein breiteres Jute-Sortiment, das abgebildet ist. Neben den Taschen mit dem unveränderten Slogan finden sich auch Kunsthandwerk und Untersätze aus geflochtener Jute. Dies wird in Bestellkatalogmanier dargestellt und zeigt auch den kommerziellen Anspruch von OS3. So werden auch die hinteren Seiten für Werbung für die Dritte Welt-Läden und für OS3 genutzt. So werden aber auch Unterschiede zu der ursprünglichen Bewusstseinsbildungsaktion deutlich. Der Süden, in diesem Fall die Juteproduzentinnen in Bangladesh sind an einem möglichst grossen Absatzmarkt in der Schweiz interessiert, was OS3 mittels Informationspolitik und vorausgehender Informationsbeschaffung zu ermöglichen versucht. Hier hat sich also die ursprüngliche Idee der Ware als Vehikel für die Information über entwicklungspolitische Zusammenhänge umgekehrt. Der Satz aus dem Verkäuferdossier der Jute-Aktion von 1977: „bei der Aktion ... geht es nicht darum, möglichst viele Jute-Säcke zu verkaufen, sondern möglichst viel Information zu vermitteln.“³⁶¹, hat sich aufgrund von Bedürfnissen des Südens gekehrt. Es geht jetzt nämlich darum, möglichst viele Jute-Säcke zu verkaufen, um so in Bangladesh Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten zu schaffen. So heisst es auch in der Zeitung zur Aktion deutlich, das Wechselverhältnis zwischen Information und Umsatz ansprechend:

„Wir von OS3 vertreiben handwerkliche Produkte aus Bangladesh. Die Produkte dienen uns auch [sic!] dazu, über die Frauen, welche sie herstellen und auch über andere Fragen der Entwicklung zu informieren.

Wenn mehr Leute wüssten, was unsere Arbeit in Bangladesh bewirkt, so würde unsere Arbeit in Bangladesh noch mehr bewirken. Weil wir mehr Waren aus Bangladesh verkaufen könnten und dadurch mehr Frauen Arbeit hätten ...“³⁶²

³⁵⁹ Gib-mi-wyter-Zytig. Bund 1: Jute statt Plastic. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)). Sonceboz 1983. S. 2.

³⁶⁰ Jute-Aktion (Hg.). Jute statt Plastic. Dossier zur Verkäuferschulung. Zürich 1977.

³⁶¹ Jute-Aktion (Hg.). Jute statt Plastic. Dossier zur Verkäuferschulung. Zürich 1977. S. 3.

³⁶² Gib-mi-wyter-Zytig. Umschlag. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)). Sonceboz 1983. S. 1. Auslassung im Original.

Spannend ist hier die Verwendung des Wortes „auch“, damit wird nämlich eine Abkehr von den strikten Ideen der Aktion deutlich. Dieses Dilemma der Aktivisten des Fairen Handels zwischen Information und Umsatz ist eines der zentralen Themen. Hier konnte gezeigt werden, wie der Spagat einigermaßen gelingt, indem mittels vermehrter Information auch ein erhöhter Umsatz erreicht werden soll. Ich habe aber auch Beispiele gezeigt, wo vermehrter Umsatz über weniger oder ungenauere Information erreicht wurde, so beim Kaffee Ujamaa.

6.4. Rückgang und Ausverkauf 1986 – 1990

Ab 1986, mit dem Abflauen der Aktion gingen die Umsätze der Jute-Verkäufe konstant zurück, auch hatten OS3 und die Dritte Welt-Läden zunehmend Mühe mit dem „verstaubten, schmutzigen Image“, das mit der Jute zusammenhing.³⁶³

So wurde 1989 eine erneute Jute-Aktion durchgeführt, diesmal allerdings, ein Tabubruch des Fairen Handels, eine Ausverkaufsaktion, um die Lagerbestände abzubauen. Dieses eher traurige Ende eines grossen Produktes, zeigt gleichzeitig den Wandel der Gesellschaft, in der ein Produkt, das zu seiner Zeit auch ein Trendprodukt und Ausdruck eines Lebensstils war, aus der Mode kommen kann. Dies wird auch klar und selbstkritisch in den OS3-Informationen gesagt, wo deutlich gesagt wird, dass „Jute out ist“.³⁶⁴

³⁶³ Laemmel, Wandel durch Handel, S. 107.

³⁶⁴ OS3-Informationen, Nr. 102, Juni 1988, in: OS3-Info, SozArch Ar 85.4911,

TEIL E: SCHLUSSWORT

Es sollen hier in einem ersten Schritt die Resultate der Quellenarbeit zusammengetragen werden, dazu werde ich mich an den jeweiligen Produkten orientieren und so die Antworten auf meine Fragestellungen formulieren. Anschliessend folgt eine Interpretation dieser Resultate im Hinblick auf die meine theoretischen Überlegungen und eine Einordnung in den Sonderfall Schweiz. Die dabei deutlich werdende Rolle einer entwicklungspolitischen Bewegung, einer Neuen Sozialen Bewegung innerhalb der schweizerischen Innenpolitik zur Zeit des Kalten Krieges der Jahre 1973 bis 1990, soll beschrieben werden, um so Handlungsräume und diskursive Neusetzungen aufzuzeigen. Zugleich soll auf offene Fragen hingewiesen und die Grenzen des Quellenmaterials aufgezeigt werden.

Zusammenfassung der Resultate

Der Kaffee Ujamaa, Produkt aus einem afrikanischen Land, das einen sozialistischen Weg geht, wird in der blockfreien Schweiz verkauft. Er ist zu Beginn explizit als Informationsträger und Botschafter gedacht, um in einer vorwiegend entwicklungspolitischen Strassenaktion die Schweizer und Schweizerinnen auf die Bedingungen des Welthandels aufmerksam zu machen. Dabei wird der tansanische Sozialismus von Seiten der Akteure der Aktion wenig thematisiert. Der Fokus wird auf den weltweiten Kaffeehandel gelegt. In den Reaktionen wird das Thema tansanischer Sozialismus dann zentral. Während in den Zeitungen zwar häufig eine deutliche Nennung und Besprechung zu finden ist, begegnen einem aber zuweilen auch eine Vermeidung oder eine Abschwächung des Themas. Diese Ambivalenz zeigt sich deutlich und bleibt bis zur Übernahme des Kaffees Ujamaa durch OS3 bestehen. Offenbar befürchtet man eine Beeinträchtigung des Erfolges der Kaffeeaktion, wenn sie mit sozialistischem Gedankengut in Verbindung gebracht wird. Daher wird auch auf die sich entwickelnden Kontroversen sehr schnell und scharf, teilweise mit juristischen Mitteln, reagiert. Die Urheber der von mir exemplarisch untersuchten Kontroversen machen dem *Verein Kaffeeaktion Ujamaa* den Vorwurf der sozialistischen Agitation. Zu diesem Zweck wird mit falschen Zahlen oder ebenfalls falschen Verbindungen zu linken Gruppierungen operiert. Auf der Ebene einer bipolaren Welt des Kalten Krieges scheint es zu genügen, eine Aktion politisch als verdächtig zu diffamieren, um sie so ins Leere laufen zu lassen. Am Beispiel des Aktionskaffees Ujamaa sehen wir auch eines der ersten Produkte der jungen entwicklungspolitischen Gruppierungen des Fairen Handels in der Schweiz. Die Weiterführung durch OS3 zeigt das deutlich. Hier wird der Kaffee, aber auch der tansanische Tee, ausserhalb der Rhetorik des Kalten Krieges geführt. In den Broschüren und Informationen finden wir eine offene und kritische Thematisierung des Ujamaa-Sozialismus.

Beim Nicaragua-Kaffee wird eine deutliche Positionierung zugunsten der Sandinisten vorgenommen, deren staatlicher Kaffee ja seit 1980, also bald nach dem Sturz des Diktators Somoza, über *OS3* importiert und über die bestehenden Kanäle der Dritte Welt-Läden vertrieben wurde. Die Positionierung geschah einerseits optisch über die Farben der Kaffeesäcke und auch in der Bildsprache, andererseits im Namen „Solidaritätskaffee“ und in den Kundeninformationen. Allerdings ist ein vorsichtiges Abwarten und eine kritische Distanz zur *FSLN* spürbar, so wird auch die sandinistische Politik anfangs wenig thematisiert. Dafür finden wir eine Neuerung in der Verkaufsstrategie der Akteure des Fairen Handels; es wird klar auf die qualitativen Vorteile des „unverfälschten“ Kaffees hingewiesen. Später werden zunehmend auch kritische Töne betreffend der Regierung geäußert, vor allem von Seiten der welschen Ladenbewegung; in den Informationen findet sich da eine inhaltlich hochstehende und kritisch ausgewogene Darstellung der Zustände in Nicaragua. Ab 1983 lässt sich eine zunehmende diskursive Verhärtung feststellen, parallel mit der Verschärfung des Konflikts, auch durch militärische Angriffe der Contras. Die Fair-Trade-Bewegung wird dabei zusehends unkritischer in den Informationen und postuliert uneingeschränkte Solidarität mit Nicaragua. Der Kaffeeverkauf wird als überlebenswichtig für die Wirtschaft des zentralamerikanischen Landes dargestellt, die Devisenbeschaffung über den Verkauf des Nicaragua-Kaffees für den bewaffneten Kampf gegen die Contras wird nicht etwa verschwiegen, sondern klar und fast schon stolz als notwendig bezeichnet. Der Schulterschluss mit den traditionell weit links stehenden Zentralamerika-Solidaritäts-Gruppen wird deutlich und klar vorgenommen, hier findet keine Abgrenzung statt. Innenpolitisch werden die Freunde der Contras in der Schweiz diskursiv angegriffen und kritisiert. Hier ist also die Mentalität des Kalten Krieges in der Fair-Trade-Bewegung spürbar. Auch die anvisierte Kundschaft scheint sich nicht aus einer breiten schweizerischen Öffentlichkeit zusammenzusetzen, sondern besteht offensichtlich nur aus bereits informierten Nicaragua-Solidarischen in der Schweiz. In einer Broschüre von 1990, nach den von den Sandinisten verlorenen Wahlen, wird nüchtern und enttäuscht aber in einer eindrücklichen Offenheit und Kritikfähigkeit Bilanz gezogen. Dass sich dies an eine mündige Kundschaft richtet, ist evident und zeigt gleichzeitig den hohen auch intellektuellen Anspruch der Bewegung des Fairen Handels.

Die Bananenfrauen von Frauenfeld, die zu Recht als Pionierinnen des Fairen Handels in der Schweiz gelten, haben ab 1973 mit ihrer Aufpreisaktion erstmals eine breite schweizerische Öffentlichkeit auf die bestehenden Ungerechtigkeiten im weltweiten Bananenhandel aufmerksam gemacht. Da dabei der Fokus vor allem auf der Information lag und konventionell importierte Bananen verkauft wurden, kann eigentlich nicht von Fairem Handel gesprochen werden. Sie haben mit ihrer publikumswirksamen Aktion neue Themen in die Öffentlichkeit gebracht und ein neues Politikverständnis gefordert. Dieses wurde in den

diskursiven Angriffen stark kritisiert, so fanden in den Leserbriefen und den Antworten darauf bezeichnende Kämpfe um die Setzung der Begriffen „links“, „Politik“ und „Ostblock“ statt, um Begriffe also, die genau das Schema des Kalten Krieges betreffen, das diese Neue Soziale Bewegung zu durchbrechen versucht. Die geschickte und gewitzte Öffentlichkeitsarbeit der Bananenfrauen, die aber in der Sprache sehr scharf ist, zeigt die Gefährlichkeit dieser Angriffe, was Rückschlüsse auf die Wirkungsmacht des Kalten Krieges zulässt. Allerdings sind auch die Akteure der Bananenaktion nicht frei vom Muster des Kalten Krieges, die Weiterführungen bleiben mehrheitlich stark innerhalb des bestehenden Diskurses.

Bei den ab 1985 direkt aus Nicaragua importierten konzernunabhängigen Nica-Bananen bleibt die Frage nach der anvisierten Kundschaft offen; sind es die Aktivisten der Dritte-Welt-Bewegung, oder ist es eine breitere schweizerische Öffentlichkeit. Deutlich wird hingegen die Vernetzung der Fair-Trade-Bewegung in der Schweiz, die mit OS3 und der Dritte Welt-Laden-Bewegung über eine breite Basis verfügt, über die auch heikle tropische Früchte marktorientiert abgesetzt werden können. Dass angesichts des US-Handelsembargos der Bananenverkauf für das Überleben der sandinistischen Regierung in Nicaragua essentiell ist, zeigt die Kraft der Dritte-Welt-Bewegung und bietet ein eindrückliches Beispiel für das Selbstverständnis dieser Gruppen.

Die Jute-statt-Plastic-Aktion darf als der grösste und publikumswirksamste Erfolg der Fair-Trade-Bewegung bezeichnet werden. Die Stossrichtung, die klassische entwicklungspolitische Zielsetzungen mit Forderungen eines alternativen Lebensstils und ökologischen Zielen vereint, hat gekonnt die Verbindung der heterogenen Neuen Sozialen Bewegungen über ein Produkt erreicht. Die verbreiteten Kundeninformationen beinhalten daher neben Fakten über das Herkunftsland Bangladesh auch viele weitere komplexe Informationen, wie zum Beispiel über die Energiebilanzen von Jute und von Plastic und Fragen betreffend zunehmenden Wachstum der Industrieländer. Neben einem enormen kommerziellen Erfolg, der sogar zu Lieferengpässen führte, waren so die Informationen breit gefächert und nicht rein entwicklungspolitisch. Dass der Erfolg der Aktion grosse Auswirkungen auf die Lebensbedingungen der Produzentinnen in Bangladesh hatte, war nicht beabsichtigt, hat die Aktion aber teilweise zu einem karitativen Entwicklungsprojekt werden lassen. Dieser Umstand wurde von befreundeten Organisationen stark kritisiert, da doch der Ansatzpunkt für Veränderungen immer die Schweiz sein müsse, wie auch in den Informationen zur Aktion so gefordert. Die kommerziellen Anfragen haben innerhalb der Bewegung zu grundlegenden Diskussionen geführt, die schliesslich mitverantwortlich für Versuche von Produkten von OS3 im breiteren Handel waren. Die sich um Herkunft, Aufschrift und Preisgestaltung drehenden Kontroversen interpretiere ich als Versuch von Gruppen, den Erfolg der Aktion, der sehr stark auf die schweizerische Öffentlichkeit und die Glaubwürdigkeit der beteiligten

Bewegungen angewiesen ist, zu beeinträchtigen. Die dabei stattfindenden Diskussionen und „Missverständnisse“ um die Stossrichtung der Jute-Aktion sind vorgeschoben, vielmehr ist der innenpolitisch auf Veränderungen zielende Ansatz der Aktion erkannt und wird dementsprechend diskursiv bekämpft. Die dabei auftretenden Akteure, die teilweise verdeckt agieren, zeigen ein deutliches Bild. So ist es innerhalb der Mentalität des Kalten Krieges nicht verwunderlich, wenn sich die PR-Agentur einer Schweizer Grossbank einmischt, kritisieren die Forderungen der entwicklungspolitischen Gruppen deren Geschäftstätigkeit stark.

Die Jute-Produkte bei OS3 hatten mit Angriffen zu kämpfen, teilweise von Seiten von bekannten Akteuren des innenpolitischen Kalten Krieges, auch hier wurde vordergründig mit Argumenten von Preisgestaltung und falsch ausgegebenen Bundesfinanzen operiert, in Wahrheit ging es hingegen darum, Veränderungen oder Kritik am bestehenden System zu unterbinden. Die Jute spielte gleichzeitig für die Entwicklung des Fairen Handels in der Schweiz eine wichtige Rolle, war sie doch eines der wichtigsten und verkaufsträchtigsten Produkte. So wurden Versuche und Abklärungen für einen breiteren Absatz auch über die Bewegung hinaus geprüft. Dass dies nicht geschehen ist, sondern OS3 weiterhin in einem Nischenmarkt tätig blieb, lag an der Wichtigkeit der Information. Das Primat dieser Verbreitung von Information, die immer wichtiger als die Verkaufszahlen waren, hat auch historische Gründe. So war der Faire Handel, wie ich zeigen konnte, aus dem Verkauf von Produkten entstanden, über die Informationen als Bewusstseinsbildung an die Konsumenten gebracht werden wollte.

Schlussfolgerungen und Interpretation

Im Überblick über die einzelnen Produkte und Aktionen lässt sich sagen, dass die Fair-Trade-Bewegung sich im Spannungsfeld eines Kalten Krieges bewegte und durch diesen beeinflusst wurde. Durch den Verkauf von Produkten aus Ländern, die international innerhalb der Dichotomie des Kalten Krieges standen, geriet sie in diese ideologische Falle. Obwohl die Bewegung dabei teilweise versuchte, die Folie des Ost-West-Gegensatzes aufzulösen und neue Wahrnehmungsmuster zu schaffen, entfaltete diese Folie, sei es durch Angriffe von aussen oder durch eigene Positionierungen, vielfach ihre massiv einschränkende und vereinfachende Wirkungsmacht. Dies zeigt die enorme Kraft, die der mentale Kalte Krieg in einem „neutralen Kleinstaat“ wie der Schweiz hatte und zwar in den Jahren 1973 bis 1990. Dass diese mentale Disposition von den bestehenden Strukturen und Machtverhältnissen zur Aufrechterhaltung des Status quo gegen kritische Stimmen, die Veränderungen forderten, eingesetzt wurde, beweist die Funktion des Kalten Krieges als disziplinierenden Faktor nach Mary Kaldor. Indem der Kalte Krieg als verhinderndes Argument im Diskurs gegen den Verkauf von Kaffee aus Tansania, gegen Bananenfrauen

aus Frauenfeld und gegen die Jute-Taschen aus Bangladesh verwendet wird, wird deutlich, dass diese Angriffe nicht etwa lächerlich sind, sondern ihren Sinn erst dadurch erhalten, wenn nach den damit verhinderten Wahrnehmungen und Veränderungen gefragt wird. Mit der Folie des Kalten Krieges wird nämlich versucht, die Diskussion und den Diskurs über die ungerechten Nord-Süd-Beziehungen zu verhindern, um so die bestehenden Strukturen nicht verändern zu müssen. Insofern erhält der Kalte Krieg seine Wirkungsmacht und seine Funktion für die herrschende Elite als innenpolitische Disziplinierung und Antwort auf einen sich abzeichnenden Wertewandel in der Gesellschaft. Dass der Kalte Krieg aber auch innerhalb der Bewegung in den Kundeninformationen oder in der Auswahl der Produzentenländer zu finden ist, zeigt einmal mehr die Kraft der herrschenden Diskurse, aus dem sich auch neue Bewegungen nur teilweise lösen konnten. Bezüglich der Breitenwirkung der Diskurskämpfe sind Aussagen schwierig, es ist klar, dass Leserbrief-Schlachten in Regionalzeitungen nicht die gleiche Öffentlichkeit haben, wie ein Artikel in einem Leitmedium. Zumindest bei der Jute-Aktion kann von einer sehr breiten schweizerischen Öffentlichkeit ausgegangen werden, in etwas geringeren Mass mag das auch für den Ujamaa-Kaffee und den Kaffee aus Nicaragua gelten, allerdings erhalten auch die anderen Aktionen in ihrem jeweiligen Kontext und Umfeld eine wichtige Resonanz.

In meiner Arbeit wird auch deutlich, wie sich neue Aktionsformen einer Neuen Sozialen Bewegung als erfolgreich erweisen: Die Thematisierung der Nord-Süd-Beziehungen ist als grosse Leistung der Dritte-Welt-Bewegung zu sehen, die Rolle, die hier gerade die Schweiz als internationaler Handels- und Bankenplatz spielt, ist kritisch beleuchtet worden. Die Fair-Trade-Bewegung hat hier mit ihren konkreten Handlungsansätzen und der Betonung der Kraft der Konsumenten ein Zeichen gesetzt, dass sich als sehr erfolgreich erwiesen hat. Dass dabei der Verkauf der Produkte zu Beginn nicht im Zentrum stand, sondern die Vermittlung von Informationen, habe ich zeigen können. Diese Erwachsenenbildung richtete sich an eine breite Öffentlichkeit, die so die komplexen weltwirtschaftlichen Zusammenhänge auf einfache und anschauliche Art vermittelt bekam. Der heute erfolgreiche Handelszweig des Fairen Handels, mit einer Importgenossenschaft, einer eigenen Ladenkette und dem unabhängigen Zertifizierungslabel *Max Havelaar* hat hier seine Wurzeln.

Ausblick

Es wäre nötig und wünschenswert, weitere Studien zur Funktion des Kalten Krieges als mentales Konstrukt zu erarbeiten, die vorliegende Lizentiatsarbeit kann hier nur am Beispiel einer Bewegung Antworten liefern. Gerade die Schweiz ist wegen ihrer Blockfreiheit geeignet, die Wirkung und die Funktion des Kalten Krieges für die innenpolitischen Auseinandersetzungen zu zeigen, hier liegt noch viel Arbeit. Gleichzeitig würde eine Bearbeitung der mit der Fair-Trade-Bewegung vernetzten Gruppierungen, wie zum Beispiel

der Zentralamerika-Komitees, vertiefte Einsichten bringen. Die Bearbeitung dieser Bestände steht bis anhin noch aus. Für Fragen nach Produkten des Fairen Handels, die in dieser Arbeit unberücksichtigt bleiben mussten, wäre weiteres spannendes Quellenmaterial vorhanden. Hier scheint mir vor allem der Honig aus Mittelamerika und der Zucker von den Philippinen vielversprechend in Bezug auf Fragen nach einer Marktorientierung des Unternehmens OS3 und auch im Bezug auf die Akzeptanz von Produkten in der Schweiz, welche die heimischen Produkte konkurrieren, also nicht klassische Kolonialprodukte sind. Des weiteren wäre es sehr zu begrüssen, in einer grösseren Arbeit die Hilfswerke genauer historisch zu bearbeiten, hier liegt vieles brach. Die kürzliche Übergabe wichtiger Bestände in öffentliche Archive³⁶⁵ lässt hier aber auf weitere Arbeiten hoffen, um so das Einordnen und vergleichende Bearbeiten des Fairen Handels im speziellen und der schweizerischen Entwicklungspolitik im allgemeinen zu ermöglichen.

Abschliessend bleibt zu sagen, dass die Postulate und die Forderungen des Fairen Handels nichts von ihrer Aktualität verloren haben und dass die historische Bearbeitung der Fair-Trade-Bewegung keineswegs bedeutet, dass diese überholt oder antiquiert sei. Vielmehr gilt es weiterhin, den Forderungen nach einem gerechteren Weltwirtschaftssystem und fairen und menschenwürdigen Arbeits- und Lebensbedingungen für die Entwicklungsländer Nachdruck zu verleihen.

„Ist uns denn alles verboten, es sei denn, mit verschränkten Armen zuzuschauen? Die Armut steht nicht in den Sternen geschrieben; die Unterentwicklung ist nicht die Frucht eines unergründlichen göttlichen Willens.“³⁶⁶ (Eduardo Galeano)

³⁶⁵ So haben beispielsweise sowohl das HEKS, die Swissaid als auch die Helvetas ihre Archivbestände im Schweizerischen Bundesarchiv deponiert. Die Arbeitsgemeinschaft der Hilfswerke plant eine Aktenübergabe ans Bundesarchiv in nächster Zeit, während die Caritas ihre Akten im Staatsarchiv Luzern aufbewahrt (ausser den Flüchtlingsakten, die sich ebenfalls im Bundesarchiv befinden).

³⁶⁶ Galeano, Eduardo. Die offenen Adern Lateinamerikas, S. 50.

TEIL F: BIBLIOGRAPHIE

Quellenverzeichnis

Ungedruckte Quellen

Archiv der Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)/claro fair trade AG, CH-2552

Orpund, (im Schweizerischen Sozialarchiv, Signatur Ar 85):

- Ar 85.4911 OS3 Info 1977 – 1996
- Ar 85.5111 OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1979 – 1983
- Ar 85.5112 OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1982 – 1984
- Ar 85.5113 OS3: Jute Import Förderungsprojekt 1976 – 1983
- Ar 85.5114 OS3: Forschungsaufenthalt Bangladesh/Jute 1982 – 1983
- Ar 85.5143 OS3: Produzentensuche Kaffee 1981 – 1997
- Ar 85.5351 OS3: Food Produzenten Tansania: Ujamaa-Kaffee 1977 – 1992
- Ar 85.5355 OS3: Food Produzenten Tansania: Tee 1981 – 1997
- Ar 85.5556 OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee 1987 – 1991
- Ar 85.5557 OS3: Food Produzenten Nicaragua: Nica Kaffee 1987 – 1995

Archiv der Erklärung von Bern (EvB), CH-8005 Zürich, (im Schweizerischen Sozialarchiv, Signatur Ar 430):

- Ar 430.27.1 Ujamaa Kaffeeordner 1
- Ar 430.27.2 Ujamaa Kaffeeordner 2
- Ar 430.28.1 Jute statt Plastic: 1976 – 1983
- Ar 430.28.2 Jute statt Plastic: Korrespondenz, Aktionsmaterial
- Ar 430.28.3 Jute statt Plastic: Broschüren, Unterlagen zur Aktionsvorbereitung,
Verkäufersdossier 1973 – 1977
- Ar 430.28.4 Jute statt Plastic: Nachfolgeaktionen Ausland,
Angriffe/Beschwerdeverfahren 1979
- Ar 430.80.4 Presseordner Argus: 1975 – 1977

Ar 430.80.5 Presseordner Argus: 1977 – 1979

Ar 430.90.2 Rundbriefe: 1975 – 1988

Schweizerisches Sozialarchiv, Kleinschriften- und Zeitungsausschnittssammlung:

81.1 Z QS Nord-Süd-Dialog (wirtschaftlich)

81.1 Z ZA Sonderdossier Max Havelaar

49.1 C QS Entwicklungshilfe Schweiz

SOT QS Tansania

OSBa QS Bangladesh

WMN QS Nicaragua

WMN ZA Nicaragua

Gedruckte Quellen und Arbeiten mit Quellencharakter

Aktion Jute statt Plastic. (Hg. Erklärung von Bern). Beilage zum Rundbrief Nr. 3/1976. Zürich 1976. (SozArch Ar 430.90.2).

Am Anfang war eine Jute-Idee... : Kritischer Rückblick auf eine erfolgreiche Aktion. (Hg. Erklärung von Bern). Dokumentation zum Rundbrief Nr. 3/1979. Zürich 1979. (SozArch Ar 430.90.2).

Arbeitsgruppe Dritte Welt Zürich (Hg.). Tansania oder die andere Entwicklung. Zürich 1972.

Bananen-Aktion, Ortsgruppe Zürich der Erklärung von Bern (Hg.). Bananen-Aktion. (Reader). Zürich 1974. (SozArch 81.1 Z QS).

Bananen-Zeitung Solidaridad. (Hg. gebana AG), März 1988.

Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen. 1973. (SozArch 81.1 Z QS).

Bananenzeitung: zum Beispiel Bananen. 1977. (SozArch 81.1 Z QS).

Barbey, René (Hg.). Schweiz - Dritte Welt: Verzeichnis der Institutionen. 2. Auflage. Genf 1985.

Brief der „Bananenfrauen“ an die Bevölkerung von Frauenfeld, 7. Juni 1973. (SozArch 81.1 Z QS).

Brief von Ursula Brunner vom 27. März 1973, veröffentlicht in „Schritte ins Offene“ Nr. 3/1973, (SozArch 81.1 Z QS).

Brunner, Ursula. Zum Beispiel Bananen Basel 1979.

café du nicaragua. dossier d'information (Hg. Association Romande des Magasins du Monde). Lausanne 1981. (SozArch Ar 85. 5143).

café ujamaa. Flugblatt. ca. 1983. (SozArch 81.1 Z).

De Morsier, Françoise. Promotion sur le marché suisse d'articles artisanaux en jute du Bangladesh. Bern 1983.

Der Dritte Welt Laden. (Hg. Arbeitsgemeinschaft Dritte Welt Läden). Darmstadt 1980.

Die Revolution in Nicaragua. (Hg. Revolutionäre Marxistische Liga (RML)). Zürich 1980.

Entwicklungsland Welt – Entwicklungsland Schweiz: Vorschläge für eine neue schweizerische Entwicklungspolitik. (EWES-Bericht). (Hg. Kommission der schweizerischen Entwicklungsorganisationen). Basel 1975.

Favre, Gaby. Bananen-Aktion. In: Solidarische Entwicklung, Rundbrief der Erklärung von Bern, Nr. 2/1986. Zürich 1986. (SozArch Ar 430.90.2).

Flugblatt Nica-Bananen-Aktion 1986. (SozArch WMN QS).

Frauen in Bangladesh: Berichte und Selbstzeugnisse. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)). Sonceboz 1979. (SozArch Ar 85.5113).

Galeano, Eduardo. Die offenen Adern Lateinamerikas: Die Geschichte eines Kontinentes von der Entdeckung bis zur Gegenwart. Erw. Auflage. Wuppertal 2003¹⁷. (Originalausgabe 1971, deutsche Erstausgabe 1973).

Gib-mi-wyter-Zytig. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)). Sonceboz 1983. (SozArch OSBa QS).

Hadwinger, Peter, Hippler, Jochen, Lotz, Helmut. Kaffee: Gewohnheit und Konsequenz. St. Gallen und Wuppertal 1983.

Helfer, Hans Ulrich. Die Kritiker: Agitation gegen die freie Marktwirtschaft. Zürich 1987.

Hoering, Uwe. Zum Beispiel Bangladesh. Bornheim-Merten 1988.

Jäggi, Christian. Tansania – afrikanischer Sozialismus. (Dokumentationsreihe der Arbeitsgruppe Dritte Welt – Luzern). Luzern 1972. (SozArch SOT QS).

Jute statt Plastic. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Jute-Aktion). Zürich 1977. (SozArch OSBa QS).

Jute statt Plastic: Bangladesh. (Hg. Informationsdienst 3. Welt). Dossier Nr. 4/1976. Bern 1976. (SozArch OSBa QS).

- Jute statt Plastic: Die Auswirkungen der Aktion in Bangladesh – eine Zwischenbilanz. (Hg. Erklärung von Bern). Beilage zum Rundbrief Nr. 3/1977. Zürich 1977. (SozArch Ar 430.90.2).
- Jute statt Plastic: Die Erklärung von Bern zu den Pressemeldungen rund um die Jute-Aktion. Flugblatt 1979. (SozArch Ar 430.28.2).
- Jute statt Plastic: Die neue entwicklungspolitische Aktion. (Faltblatt der Erklärung von Bern). 1977. (SozArch Ar 430.28.1).
- Jute: Dossier. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3), Redaktion Hans Ott). Sonceboz 1979. (SozArch Ar 85.5113).
- Kaffee aus Nicaragua. 10 Jahre Nicaragua libre – 10 Jahre Solidarität. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3) und Vereinigung der Dritte Welt-Läden der Schweiz (V3WL)). Bern und Orpund 1989. (SozArch Ar 85.5557).
- Merzenich, Bernd, Imfeld, Al. Tee: Gewohnheit und Konsequenz. St. Gallen und Köln 1986.
- Ott, Hans. ‚Jute statt Plastic‘, fünf Jahre später: Bericht von einer Reise nach Bangladesh. Sonceboz 1981. (SozArch Ar 85.5113).
- Peter, Hans-Balz. Offene Fragen nach der Interkonfessionellen Konferenz Schweiz und Dritte Welt 1970: Aufgaben für die Kirchen, Missionen und Hilfswerke. (Studien und Berichte aus dem Institut für Sozialethik des SEK 1). Bern 1971.
- Ribaux, Claude-André. Manchmal träume ich, dass wir noch mehr Bestellungen erhalten! Jutehandwerkerinnen in Bangladesh. Bericht eines Forschungsaufenthaltes. St. Gallen und Sonceboz 1983. (SozArch Ar 85.5114).
- Rüesch, Dorothea. Bananen aus Nicaragua – eine Herausforderung. In: Solidarische Entwicklung, Rundbrief der Erklärung von Bern, Nr. 1, 1986. Zürich 1986. (SozArch Ar 430.90.2).
- Schifferle, Urs. Handelsströme Schweiz-Ostafrika: (Tanzania, Kenia, Uganda) Eine Fallstudie zur entwicklungspolitischen Bedeutung von Handelsbeziehungen. (Handelsströme Schweiz – Dritte Welt, Heft 7). Bern 1977.
- Schweiz – Dritte Welt: Berichte und Dokumente der Interkonfessionellen Konferenz in Bern. (Hg. Hans K. Schmocker und Michael Traber). Zürich und Freiburg 1971.
- Schweizerisches Ost-Institut (Hg.). Problematische Verwendung kirchlicher Hilfsgelder und Informationsträger. (SOI-Sonderdruck 10). Bern 1975.
- Skrodzki, Johanna, Brunner, Ursula. Bananen: Konsequenzen des Geschmacks. St. Gallen, Köln, São Paulo 1988.

Strahm, Rudolf H.. Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma? Probleme und Möglichkeiten einer aktiven Importförderung aus Entwicklungsländern. (Studien und Berichte aus dem Institut für Sozialethik des SEK, Band 15/16). Bern und Lausanne 1975.

Tansania 79: Zwei Berichte. (Hg. Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)). Sonceboz 1979. (SozArch Ar 85.5351).

Tansania: Ein kritischer Reisebericht. (Hg. Schweizerische Arbeitsgruppen für Entwicklungspolitik (SAFE)). Zürich 1976. (SozArch SOT QS).

Ujamaa Kaffee – Aktion. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1976. (SozArch 430.27.1).

Vers un développement solidaire: numéro spécial ujamaa. (Bulletin d'information romand de l'association pour la déclaration de Berne 19). Association pour la déclaration de Berne (Hg.). Genf 1975.

Warum eine Aktion mit Solidaritätskaffee 'Ujamaa'?, (Hg. Verein Kaffeeaktion Ujamaa), 1975. (SozArch 81.1 Z).

z. B. Kaffee Ujamaa. Dossier zur Verkäuferschulung. (Hg. Schweizerische Kaffeeaktion Ujamaa). Bern 1975. (SozArch Ar 430.27.1).

Darstellungen

Altermatt, Claude. La politique étrangère de la Suisse pendant la Guerre Froide. Lausanne 2003.

Aus der Ära des Kalten Krieges. Schweizerische Zeitschrift für Geschichte 54, Nr. 2/2004. (Hg. Schweizerische Gesellschaft für Geschichte). Basel 2004.

Balsen, Werner, Rössel, Karl. Hoch die internationale Solidarität: Zur Geschichte der Dritte Welt-Bewegung in der Bundesrepublik. Köln 1986.

Brand, Karl-Werner (Hg.). Neue soziale Bewegungen in Westeuropa und den USA: Ein internationaler Vergleich. Frankfurt a. M. und New York 1985.

Brand, Karl-Werner, Büsser, Detlef, Rucht, Dieter. Aufbruch in eine andere Gesellschaft: Neue soziale Bewegungen in der Bundesrepublik. Frankfurt a. M. und New York 1984.

Bretscher-Spindler, Katharina. Vom heissen zum kalten Krieg: Zur Vorgeschichte und Geschichte der Schweiz im Kalten Krieg 1943 – 1968. Zürich 1997.

Brunner, Ursula, Pfeifer, Rudi. Zum Beispiel Bananen. Göttingen 1993.

Brunner, Ursula. Bananenfrauen. Frauenfeld, Stuttgart, Wien 1999.

Dahinden, Martin (Hg.). Neue soziale Bewegungen – und ihre gesellschaftlichen Wirkungen. Zürich 1987.

Forster, Jacques. Die Beziehungen zwischen der Schweiz und der Dritten Welt – baldiges Ende eines Widersinns. In: Sonderfall? Die Schweiz zwischen Réduit und Europa. Hg. Walter Leimgruber und Gabriela Christen (Begleitband zur Ausstellung im Schweizerischen Landesmuseum Zürich vom 19. August bis 15. November 1992). Zürich 1992. S. 115 – 125.

Frischknecht, Jürg, Haffner, Peter, Haldimann, Ueli, Niggli, Peter. Die unheimlichen Patrioten: Politische Reaktion in der Schweiz. Ein aktuelles Handbuch mit Nachtrag 1979 – 1984. 5. erweiterte Auflage. Zürich 1984.

Gerster, Richard. Aus Fehlern lernen? Die Schweiz und die Dritte Welt. Zürich 1987.

Gilg, Peter, Hablützel, Peter. Beschleunigter Wandel und neue Krisen (seit 1945). In: Geschichte der Schweiz und der Schweizer, Bd. 3. Basel 1983. S. 821 – 968.

Graf, Barbara. Gewerkschaften und Dritte Welt: Die Gründung des Solifonds, 1978 – 1983. In: Hug, Peter, Mesmer, Beatrix (Hg.). Von der Entwicklungshilfe zur Entwicklungspolitik. (Studien und Quellen 19, Hg. Schweizerisches Bundesarchiv). Bern 1993. S. 585 – 608.

- Graf, Christoph. Die Schweiz und die Dritte Welt: Die Anerkennungspraxis und Beziehungsaufnahme der Schweiz gegenüber dekolonisierten aussereuropäischen Staaten sowie die Anfänge der schweizerischen Entwicklungshilfe nach 1945. In: Studien und Quellen 12 (Hg. Schweizerisches Bundesarchiv). Bern 1986. S. 37 – 112.
- Holenstein, Réne. „Es geht auch um die Seele unseres Volkes“: Entwicklungshilfe und nationaler Konsens. In: König, Mario, Kreis, Georg, Meister, Franziska, Gaetano, Romano (Hg.). Dynamisierung und Umbau: Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren. (AGGS, Die Schweiz 1798 – 1998: Staat – Gesellschaft – Politik, Bd. 3). Zürich 1998. S. 115 – 125.
- Holenstein, Réne. Was kümmert uns die Dritte Welt: Zur Geschichte der internationalen Solidarität in der Schweiz. Zürich 1998.
- Hug, Peter, Mesmer, Beatrix (Hg.). Von der Entwicklungshilfe zur Entwicklungspolitik. (Studien und Quellen 19, Hg. Schweizerisches Bundesarchiv). Bern 1993.
- Hug, Peter. Vom Neutralismus zur Westintegration: Zur schweizerischen Aussenpolitik in der Nachkriegszeit. In: Leimgruber, Walter, Fischer, Werner (Hg.). „Goldene Jahre“: Zur Geschichte der Schweiz seit 1945. Zürich 1999. S. 59 – 100.
- Imhof, Kurt, Kleger, Heinz, Romano, Gaetano (Hg.). Konkordanz und Kalter Krieg: Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Zwischen- und Nachkriegszeit. (Krise und sozialer Wandel, Band 2). Zürich 1996.
- Imhof, Kurt, Kleger, Heinz, Romano, Gaetano (Hg.). Vom Kalten Krieg zur Kulturrevolution: Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der 50er und 60er Jahre. (Krise und sozialer Wandel, Band 3). Zürich 1998.
- Imhof, Kurt. Wiedergeburt der geistigen Landesverteidigung: Kalter Krieg in der Schweiz. In: Imhof, Kurt, Kleger, Heinz, Romano, Gaetano (Hg.). Konkordanz und Kalter Krieg: Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Zwischen- und Nachkriegszeit. (Krise und sozialer Wandel, Band 2). Zürich 1996. S. 173 – 247.
- Kaldor, Mary. Der imaginäre Krieg: Eine Geschichte des Ost-West-Konflikts. Hamburg und Berlin 1992.
- König, Mario, Kreis, Georg, Meister, Franziska, Gaetano, Romano (Hg.). Dynamisierung und Umbau: Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren. (AGGS, Die Schweiz 1798 – 1998: Staat – Gesellschaft – Politik, Bd. 3). Zürich 1998.
- König, Mario. Rasanter Stillstand und zähe Bewegung: Schweizerische Innenpolitik im Kalten Krieg – und darüber hinaus. In: Leimgruber, Walter, Fischer, Werner (Hg.). „Goldene Jahre“: Zur Geschichte der Schweiz seit 1945. Zürich 1999. S. 151 – 172.

Kriesi, Hanspeter (Hg.). Bewegung in der Schweizer Politik: Fallstudien zur politischen Mobilisierung in der Schweiz. Frankfurt 1985.

Kriesi, Hanspeter, Koopmans, Ruud, Duyvendak, JanWillem, Guigni, Marco G. (Hg.). New Social Movements in Western Europe: A comparative analysis. Minneapolis 1995.

Kriesi, Hanspeter. Neue soziale Bewegungen – der Protest einer Generation? In: Dahinden, Martin (Hg.). Neue soziale Bewegungen – und ihre gesellschaftlichen Wirkungen. Zürich 1987. S. 25 – 42.

La Suisse et la guerre froide. Die Schweiz und der Kalte Krieg: 1950 – 1990. (Hg. Schweizerische Vereinigung für Militärgeschichte und Militärwissenschaft). Bern 2003.

Laemmel, Julia. Wandel durch Handel: Voraussetzungen und Entwicklungen des „Alternativen Handels“ in der Schweiz (1973 – 1988). Liz. Phil. I (unpubl.). Zürich 1993.

Leimgruber, Walter, Fischer, Werner (Hg.). „Goldene Jahre“: Zur Geschichte der Schweiz seit 1945. Zürich 1999.

Levy, René, Duvanel, Laurent. Politik von unten: Bürgerprotest in der Nachkriegsschweiz. Basel 1984.

Levy, René. Bürger in Bewegung. In: Handbuch der Schweizerischen Volkskultur, Band 2. (Hg. Paul Hugger). Basel und Zürich 1992. S. 925 – 952.

Lindner, Wolf. Vom Einfluss neuer Bewegungen auf die institutionelle Politik. In: Dahinden, Martin (Hg.). Neue soziale Bewegungen – und ihre gesellschaftlichen Wirkungen. Zürich 1987. S. 7 – 24.

Matzinger, Albert. Die Anfänge der schweizerischen Entwicklungshilfe 1948 – 1961. Bern und Stuttgart 1991.

Meister, Franziska, Welter, Barbara. „Die Dritte Welt geht uns alle an!“. Der Wandel der schweizerischen Entwicklungspolitik am Beispiel der Kommission für Entwicklungsfragen der Universität Zürich. In: König, Mario, Kreis, Georg, Meister, Franziska, Gaetano, Romano (Hg.). Dynamisierung und Umbau: Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren. (AGGS, Die Schweiz 1798 – 1998: Staat – Gesellschaft – Politik, Bd. 3). Zürich 1998. S. 127 – 141.

Neval, Daniel. „Mit Atombomben bis nach Moskau“: Gegenseitige Wahrnehmung der Schweiz und des Ostblocks im Kalten Krieg 1945 – 1968. (Die Schweiz und der Osten Europas, Band 8, Hg. Carsten Goehrke). Zürich 2003.

- Nuscheler, Franz, Gabriel, Karl, Keller, Sabine, Treber, Monika. Christliche Dritte-Welt-Gruppen: Praxis und Selbstverständnis. (Forum Weltkirche: Entwicklung und Frieden, Bd. 5). Mainz 1995.
- Olejniczak, Claudia. Die Dritte-Welt-Bewegung in Deutschland. Wiesbaden 1998.
- Pilz, Brigitte. Zum Beispiel Alternativer Handel. Göttingen 1993.
- Pilz, Brigitte. Zum Beispiel Fairer Handel. Göttingen 1996.
- Ramminger, Michael, Weckel, Ludger. Dritte-Welt-Gruppen auf der Suche nach Solidarität. Münster 1997.
- Raschke, Joachim. Soziale Bewegungen: Ein historisch-systematischer Grundriss. 2. Aufl. Frankfurt a. M. und New York 1988.
- Renschler, Regula. Die Entwicklung der Entwicklungshilfe zur Entwicklungspolitik. In: Die Entdeckung der Schweiz (Jubiläumsschrift 25 Jahre Helvetas, Hg. Richard Gerster). Basel 1980. S. 113 – 123.
- Rucht, Dieter. Modernisierung und neue soziale Bewegungen: Deutschland, Frankreich und USA im Vergleich. Frankfurt und New York 1994.
- Schweiz – Dritte Welt. Von der Expansion zur Dominanz. Traverse 1998/2. Zeitschrift für Geschichte. Zürich 1998.
- Siegenthaler, Hansjörg. Konkordanz und Kalter Krieg: Marginalien anstelle einer Einleitung. In: Imhof, Kurt, Kleger, Heinz, Romano, Gaetano (Hg.). Konkordanz und Kalter Krieg: Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Zwischen- und Nachkriegszeit. (Krise und sozialer Wandel, Band 2). Zürich 1996. S. 9 – 17.
- Sonderfall? Die Schweiz zwischen Réduit und Europa. Hg. Walter Leimgruber und Gabriela Christen (Begleitband zur Ausstellung im Schweizerischen Landesmuseum Zürich vom 19. August bis 15. November 1992). Zürich 1992.
- Spörri, Renate. Der Einfluss der Erklärung von Bern auf den Bund: Von den Anfängen in der ökumenischen Bewegung 1968 bis zum Bundesgesetz über Entwicklungszusammenarbeit und humanitäre Hilfe 1976. In: Hug, Peter, Mesmer, Beatrix (Hg.). Von der Entwicklungshilfe zur Entwicklungspolitik. (Studien und Quellen 19, Hg. Schweizerisches Bundesarchiv). Bern 1993. S. 550 – 569.
- Stückelberger, Christoph. Ethischer Welthandel. Eine Übersicht. Bern, Stuttgart und Wien 2001.

Vogt, Olivia. Gründung und Ausbau der entwicklungspolitischen Organisation "Erklärung von Bern" (1968 – 1975): Von der Entwicklungshilfe zu einer kritischen Entwicklungspolitik. Liz. Phil. I (unpubl.). Zürich 1991.

Weckel, Ludger, Ramminger, Michael. Dritte-Welt-Gruppen auf der Suche nach Solidarität. Münster 1997.

Wicki, Martin. Die Erklärung von Bern. In: Kriesi, Hanspeter (Hg.). Bewegung in der Schweizer Politik: Fallstudien zur politischen Mobilisierung in der Schweiz. Frankfurt 1985. S. 220 – 237.

Handbücher und Lexika

Bangladesh, in: Lexikon Dritte Welt. (Hg. Dieter Nohlen). Vollst. überar. Neuauflage. Reinbek bei Hamburg 2002. S. 92 – 94.

Datta, Asit. Bangladesh. In: Handbuch der Dritten Welt. (Hg. Dieter Nohlen und Franz Nuscheler). 3. Auflage. Bd. 7 Südasien und Südostasien. Bonn 1994. S. 162 – 191.

Hofmeister, Rolf. Tanzania. In: Handbuch der Dritten Welt. (Hg. Dieter Nohlen und Franz Nuscheler). 3. Auflage. Bd. 5 Ostafrika und Südafrika. Bonn 1993. S. 178 – 200.

Krennerich, Michael. Nicaragua. In: Handbuch der Dritten Welt. (Hg. Dieter Nohlen und Franz Nuscheler). 3. Auflage. Bd. 3 Mittelamerika und Karibik. Bonn 1995. S. 208 – 243.

Lexikon Dritte Welt: Länder, Organisationen, Theorien, Begriffe, Personen. (Hg. Dieter Nohlen). Vollst. überar. Neuauflage. Reinbek bei Hamburg 2002.

Meyns, Peter. Ujamaa, in: Afrika-Lexikon. (Hg. Jacob E. Mabe). Wuppertal, Stuttgart und Weimar 2001. S. 658 – 659.

Nicaragua, in: Lexikon Dritte Welt. (Hg. Dieter Nohlen). Vollst. überar. Neuauflage. Reinbek bei Hamburg 2002. S. 608 – 611.

Ujamaa, in: Lexikon Dritte Welt. (Hg. Dieter Nohlen). Vollst. überar. Neuauflage. Reinbek bei Hamburg 2002. S. 822.

